

## **DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.4 Lingkup Desain.....	4
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, EKSISTING DAN PEMBANDING</b>	
2.1 Toko Retail.....	5
2.1.1 Deskripsi Toko Retail.....	5
2.1.2 Klasifikasi.....	7
2.2 Coworking Space.....	12
2.3 Urban Style.....	16
2.4 Layout & Display.....	18
2.4.1 Layout.....	18

2.4.2 Display.....	22
2.5 Pencahayaan.....	24
2.6 Penghawaan.....	29
2.7 Studi Anthopometri.....	31
2.7.1 Area Kafe.....	31
2.7.2 Area Office.....	36
2.7.3 Area Toko Retail.....	39
2.8 Studi Eksisting.....	41
2.8.1 Tentang PT. Gading Murni.....	41
2.8.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	41
2.8.3 Lokasi Objek Desain.....	42
2.8.4 Struktur Organisasi.....	43
2.8.5 Kondisi Eksisting.....	44
2.8.6 Eksisting Produk.....	46
2.9 Studi Pembanding.....	48
2.9.1 Gramedia.....	48
2.9.2 STORY.....	49
 <b>BAB III METODOLOGI DESAIN</b>	
3.1 Bagan Proses Desain.....	51
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.3 Teknik Analisa Data.....	54
3.4 Tahapan Desain.....	55
 <b>BAB IV PEMBAHASAN DAN KONSEP DESAIN</b>	
4.1 Studi Pengguna.....	58
4.1.1 Karakteristik Pengguna.....	58

4.1.2 Segmentasi Pengguna.....	59
4.2 Studi Aktivitas, Ruang, dan Fasilitas.....	59
4.2.1 Studi Aktivitas.....	59
4.2.2 Kebutuhan Luas Ruang.....	61
4.3 Studi Hubungan Ruang.....	63
4.3.1 Matriks Hubungan Ruang.....	63
4.3.2 Bubble Diagram.....	64
4.4 Analisa Riset.....	64
4.5 Konsep Makro.....	67
4.5.1 Urban Style.....	67
4.6 Konsep Mikro.....	70
4.6.1 Dinding.....	70
4.6.2 Lantai.....	70
4.6.3 Plafon.....	71
4.6.4 Furniture.....	72
4.6.5 Elemen Estetis.....	73
4.6.6 Warna.....	74
4.6.7 Konsep Pencahayaan.....	74
4.6.8 Konsep Penghawaan.....	75
4.6.9 Konsep Keamanan.....	75
<b>BAB V PROSES DAN HASIL DESAIN</b>	
5.1 Alternatif Layout.....	79
5.1.1 Alternatif Layout 1.....	79
5.1.2 Alternatif Layout 2.....	80
5.1.3 Alternatif Layout 3.....	82

5.1.4 Pemilihan Alternatif Layout.....	83
5.2 Pengembangan Alternatif Layout Terpilih.....	84
5.3 Pengembangan Desain Ruang Terpilih1.....	85
5.3.1 Layout Furnitur.....	85
5.3.2 Gambar 3D.....	86
5.3.3 Detail Furniture dan Elemen Estetik.....	89
5.4 Pengembangan Desain Ruang Terpilih 2.....	91
5.4.1 Layout Furnitur.....	91
5.4.2 Gambar 3D.....	92
5.4.3 Detail Furniture dan Elemen Estetik.....	95
5.5 Pengembangan Desain Ruang Terpilih 3.....	99
5.5.1 Layout Furnitur.....	99
5.5.2 Gambar 3D.....	100
5.5.3 Detail Furniture dan Elemen Estetik.....	102
 <b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1 Kesimpulan.....	105
6.2 Saran.....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>107</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> SUB CO coworking space di Surabaya.....	13
<b>Gambar 2.2</b> Referensi Desain Interior Urban.....	18
<b>Gambar 2.3</b> Layout Grid.....	19
<b>Gambar 2.4</b> Layout Racetrack.....	20
<b>Gambar 2.5</b> Layout Free Flow.....	21
<b>Gambar 2.6</b> Layout Spine.....	21
<b>Gambar 2.7</b> <i>Floor Display &amp; Vertical Display</i> .....	22
<b>Gambar 2.8</b> <i>Wall Display &amp; “Impuls Buying” Display</i> .....	23
<b>Gambar 2.9</b> Merchandise mix display & cut cases display.....	24
<b>Gambar 2.10</b> Jumble display.....	24
<b>Gambar 2.11</b> Teknik Pencahayaan Buatan.....	26
<b>Gambar 2.12</b> Lampu Gantung, lampu spot dan hidden lamp.....	28
<b>Gambar 2.13</b> AC cassette, split wall dan floor standing.....	30
<b>Gambar 2.14</b> Ergonomi Sofa.....	31
<b>Gambar 2.15</b> Ergonomi Meja Makan Persegi.....	32
<b>Gambar 2.16</b> Ergonomi Meja Makan Lingkaran.....	33
<b>Gambar 2.17</b> Ergonomi Ketinggian dan sirkulasi meja makan.....	34
<b>Gambar 2.18</b> Ergonomi Bar dan Konter.....	34
<b>Gambar 2.19</b> Ergonomi Ketinggian Wastafel.....	35
<b>Gambar 2.20</b> Ergonomi Workstation.....	36
<b>Gambar 2.21</b> Ergonomi Workstation dan Storage.....	37
<b>Gambar 2.22</b> Ergonomi Meja Resepsionis.....	38
<b>Gambar 2.23</b> Ergonomi Sirkulasi.....	39
<b>Gambar 2.24</b> Ergonomi Ketinggian Rak.....	40
<b>Gambar 2.25</b> Logo PT Gading Murni.....	41
<b>Gambar 2.26</b> Peta Lokasi Toko PT. Gading Murni.....	42
<b>Gambar 2.27</b> Layout Eksisting Toko PT. Gading Murni A.Yani.....	44
<b>Gambar 2.28</b> Kondisi eksisting lantai 1 toko PT. Gading Murni A.Yani.....	45
<b>Gambar 2.29</b> Kondisi eksisting lantai 2 toko PT. Gading Murni A.Yani.....	46

<b>Gambar 2.30</b> Produk Katalog Furniture.....	48
<b>Gambar 2.31</b> Interior toko retail Gramedia.....	49
<b>Gambar 2.32</b> Interior toko retail STORY, New York.....	50
<b>Gambar 3.1</b> Suasana Toko Pada hari Jumat, 23 Februari 2018 pukul 15.00.....	53
<b>Gambar 4.1</b> Sketsa perspektif area toko.....	68
<b>Gambar 4.2</b> Sketsa perspektif area café.....	69
<b>Gambar 4.3</b> Perspektif view area coworking space.....	69
<b>Gambar 4.4</b> Dinding panel kayu, aci, dan bata tempel.....	70
<b>Gambar 4.5</b> Lantai parker, marmer, beton dan karpet.....	71
<b>Gambar 4.6</b> Plafon kayu, gypsum, dan beton.....	72
<b>Gambar 4.7</b> Furniture kursi, rak display dan meja kerja.....	72
<b>Gambar 4.8</b> Transformasi Logo PT. Gading Murni menjadi bentukan dasar....	73
<b>Gambar 4.9</b> Partisi Tanaman, Post-it Wall, Mural Tipografi.....	73
<b>Gambar 4.10</b> Konsep Pemilihan Warna.....	74
<b>Gambar 4.11</b> Lampu Gantung, lampu spot dan hidden lamp.....	74
<b>Gambar 4.12</b> AC cassette, split wall dan floor standing.....	75
<b>Gambar 4.13</b> <i>Sprinkler</i> , APAR, dan CCTV Dome.....	76
<b>Gambar 5.1</b> Alternatif Layout 1.....	79
<b>Gambar 5.2</b> Alternatif Layout 2.....	80
<b>Gambar 5.3</b> Alternatif Layout 3.....	82
<b>Gambar 5.4</b> Layout Terpilih.....	84
<b>Gambar 5.5</b> Layout Furniture Ruang Terpilih 1.....	85
<b>Gambar 5.6</b> Area Kerja Coworking Space View 1.....	86
<b>Gambar 5.7</b> Area Kerja Coworking Space View 2.....	87
<b>Gambar 5.8</b> Area Kerja Coworking Space View 3.....	88
<b>Gambar 5.9</b> Meja Kerja 1.....	89
<b>Gambar 5.10</b> Meja Kerja 2.....	90
<b>Gambar 5.11</b> Partisi Area Coworking Space.....	90
<b>Gambar 5.12</b> Layout Furniture Ruang Terpilih 2.....	91
<b>Gambar 5.13</b> Area Toko View 1.....	92
<b>Gambar 5.14</b> Area Toko View 2.....	93
<b>Gambar 5.15</b> Area Toko View 3.....	94

<b>Gambar 5.16</b> Area Toko View 4.....	95
<b>Gambar 5.17</b> Showcase.....	95
<b>Gambar 5.18</b> Rak Display Kolom.....	96
<b>Gambar 5.19</b> Panel Backdrop.....	97
<b>Gambar 5.20</b> Layout Furniture Ruang Terpilih 3.....	98
<b>Gambar 5.21</b> Area Café view 1.....	99
<b>Gambar 5.22</b> Area Café view 2.....	100
<b>Gambar 5.23</b> Area Café view 3.....	101
<b>Gambar 5.24</b> Meja Makan Café.....	101
<b>Gambar 5.25</b> Stool Area Bar.....	102
<b>Gambar 5.26</b> Partisi Tanaman.....	103

## **DAFTAR BAGAN DAN TABEL**

<b>Tabel 2.1</b> Standar Pencahayaan Ruang.....	27
<b>Bagan 2.1</b> Struktur organisasi toko retail PT Gading Murni Ahmad Yani.....	43
<b>Table 2.2</b> Jenis Produk PT.Gading Murni.....	46
<b>Bagan 3.1</b> Bagan Proses Desain.....	51
<b>Tabel 4.1</b> Kebutuhan luas ruang.....	61
<b>Bagan 4.1</b> Matriks hubungan ruang.....	63
<b>Bagan 4.2</b> Bubble Diagram Lantai 1.....	64
<b>Tabel 4.2</b> Hasil Wawancara.....	65
<b>Tabel 5.1</b> Kriteria Weighted Method.....	83
<b>Tabel 5.2</b> Hasil Akhir <i>Weighted Method</i> .....	83



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan perekonomian khususnya perdagangan memiliki persaingan yang sangat ketat pada zaman modern ini. Persaingan tersebut terjadi karena banyaknya kesamaan jenis produk yang dijual. Dalam hal ini pelaku ekonomi dituntut untuk kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk mereka disamping meningkatkan mutu dan kualitas produk yang dijual. Selain itu, branding yang baik merupakan kunci utama dari sukses tidaknya suatu usaha. Secara tidak langsung, keberadaan toko retail memberi pengaruh pada masyarakat khususnya perkotaan. Sampai saat ini, sudah banyak toko retail alat tulis dan perlengkapan kantor yang beroperasi di pasaran, mulai dari usaha kecil hingga besar. Reaksi yang ditimbulkan antara lain tentang seberapa terkenalnya brand tersebut, kualitas dan desain produk tersebut, bahkan desain ruangan tempat produk dijual.

Desain interior retail mempunyai sifat yang cenderung komersil sehingga dapat menjadi suatu poin yang dapat mewakili sebagus apa produk yang dijual. Branding menarik dan produk berkualitas yang diimbangi dengan desain interior toko retail yang menarik tentunya akan membuat usaha tersebut mencapai hasil yang maksimal. Pada beberapa toko retail, memiliki tempat atau area penjualan yang strategis merupakan suatu keuntungan dalam bisnis mereka bila diimbangi dengan pelayanan yang maksimal. Beberapa diantaranya membuka gerai pada mall atau bangunan lain sehingga pengunjung yang datang semula nya tidak hanya ingin berbelanja di toko retail tersebut. Namun pada beberapa toko retail yang memiliki gedung atau area penjualan sendiri, hal ini menjadi tantangan yang harus dihadapi. Mereka harus bisa membuat suatu strategi khusus untuk menarik para pelanggan untuk datang ke toko mereka dengan tujuan yang diinginkan sebenarnya.



Strategi ini dapat berupa konsep toko yang menarik sampai pada penambahan fasilitas yang tentunya harus mengikuti perkembangan zaman.

Gelombang penutupan toko-toko ritel di Indonesia mulai tampak jelas. Satu per satu berguguran diterpa isu pelemahan daya beli masyarakat hingga tertindas persaingan bisnis online (*e-commerce*) yang kian masif. Guru Besar Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Rhenald Kasali mengungkapkan maraknya penutupan toko ritel bukan saja menghantam Indonesia, tapi juga di negara lain. Toko toko ritel raksasa tumbang karena tak kuasa menahan derasnya arus digitalisasi. Brand ternama toko retail di Indonesia yang telah menutup beberapa tokonya adalah 7-Eleven, Hypermart, Ramayana, Hero, Matahari, dan Lotus. Namun, meskipun pengaruh *e-commerce* cukup besar, yang menjadi permasalahan sebenarnya adalah meningkatnya preferensi masyarakat terhadap *leisure*. *Leisure* yang dimaksud meliputi gaya hidup, pengalaman dan media sosial. Sesuatu yang dihadapi oleh bisnis ritel di Indonesia bukanlah kehancuran, melainkan transisi. Perkembangan teknologi dan perubahan perilaku menuntut pelaku bisnis ritel Indonesia untuk terus beradaptasi. Toko ritel yang saat ini seharusnya tidak sekadar menyediakan barang saja, namun juga memberikan pengalaman (*customer experience*) baru bagi para pengunjungnya. Maka dari itu dibutuhkan suatu fasilitas yang mengakomodasi kegiatan yang bersifat “tatap muka” atau tidak dapat dilakukan hanya melalui dunia maya.

Era globalisasi merupakan era dimana semua keperluan dilakukan serba cepat dan meringankan beban manusia. Hampir semua keperluan dapat dipenuhi dengan fasilitas internet salah satunya adalah online shop. Hal ini merupakan salah satu tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku ekonomi retail khususnya toko yang ada di Indonesia. PT. Gading Murni merupakan toko retail yang bergerak di bidang alat tulis dan perlengkapan kantor. Awalnya PT. Gading Murni merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang distribusi, namun saat ini, mulai fokus kepada usaha toko retail nya. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan yang memiliki permasalahan yang sama yaitu tantangan mengenai bagaimana menarik konsumen ingin



untuk datang dan berbelanja ke toko sehingga dapat bersaing dengan bisnis online. Toko retail PT.Gading Murni di Jalan Achmad Yani merupakan salah satu toko besar yang memiliki tempat strategis yaitu berada di jalan utama antar Kota Surabaya dan Sidoarjo. Dengan adanya keuntungan ini, penambahan fasilitas akan membuat toko retail ini menjadi lebih hidup.

Menurut data dari situs [startupranking.com](http://startupranking.com), saat ini terdapat 1463 startup di Indonesia. Menurut hasil riset yang dilakukan, Daily Social menyebutkan bahwa startup Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dimulai dari tahun 2015. Beberapa startup populer diantaranya adalah Berrykitchen, Bridestory, CekAja, HaloDiana, Go-Jek, IDNTimes, Kudo, Qraved, YesBoss, dan Fabelio. Walikota Surabaya Tri Rismaharini sangat mendukung industri kreatif masyarakat kota Surabaya. Beliau mendukung program inkubasi dan akselerasi startup kreatif berbasis teknologi dengan nama “Startup Surabaya”. Menariknya pertumbuhan startup ini dipelopori oleh generasi muda yang memiliki semangat sociopreneurship.

Melihat berkembang pesatnya bisnis startup di Indonesia, ditambah lagi dengan Kota Surabaya yang merupakan salah satu kota bisnis, penulis memilih coworking space sebagai fasilitas tambahan pada toko PT. Gading Murni Surabaya. di Surabaya sendiri sudah mulai bermunculan co-working space, seperti Nin3 Space di Jl Ketintang Madya, Revio di Jl. Kaliwaron, SUB. Coworking space di Jl. Darmo Harapan Surabaya Barat, Regus Surabaya di Sinar Mas Land Plaza, Forward Factory di Gedung Spazio, dan Gedung Creative – Digital Hub di Jl. Manyar Tirtomoyo. Selain itu fasilitas café berkonsep showroom produk juga dapat berpotensi untuk meningkatkan pelayanan untuk pengunjung toko retail maupun coworking space.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana mendesain coworking space dan café yang juga berfungsi sebagai showroom produk furniture PT. Gading Murni agar pengunjung mendapatkan pengalaman baru dalam berbelanja ?



2. Bagaimana mendesaun interior toko PT. Gading Murni A.Yani dengan zoning area dan display barang yang dapat menarik minat pengunjung untuk membeli ?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat**

Tujuan dari perancangan ini adalah :

1. Menghasilkan rancangan interior yang dapat meningkatkan kualitas bisnis toko PT. Gading Murni melalui desain interior dengan penambahan fasilitas coworking space dan café berkonsep showroom.
2. Menghasilkan rancangan interior toko retail berkonsep urban dan coworking space dengan konsep showroom galeri sebagai upaya pemasaran dan branding produk PT. Gading Murni.

Manfaat dari perancangan ini adalah :

1. Sebagai hasil rancangan interior yang dapat menjadi alternative tren bisnis toko retail khususnya pada bidang stationery atau perlengkapan kantor di Surabaya
2. Sebagai rancangan interior yang dapat dijadikan acuan PT. Gading Murni untuk pengembangan toko.

### **1.4 Lingkup Desain**

1. Redesain ini dilakukan pada bangunan utama interior toko retail PT. Gading Murni A.Yani lantai 1 dan 2 yaitu area toko dan kantor
2. Rancangan interior ini memperhatikan aspek sirkulasi dan ergonomi untuk pengguna.
3. Desain interior mewakili brand perusahaan PT. Gading Murni.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, EKSISTING, DAN PEMBANDING**

#### **2.1. Toko Retail**

##### **2.1.1 Deskripsi Toko Retail**

Retail adalah suatu penjualan dari sejumlah komoditas kepada konsumen. Retail berasal dari bahasa Perancis, diambil dari kata *retailer* yang berarti “memotong menjadi kecil-kecil”. Menurut Gilbert, retail adalah “semua usaha bisnis yang mengarahkan secara langsung kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi” (2003 : 6). Sedangkan dalam Kamus Bahasa Inggris – Indonesia retail dapat di artikan sebagai “eceran”. Retail juga dapat berarti kegiatan usaha yang menjual produk dan jasa secara langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara. Perusahaan membutuhkan jasa *retailer* karena *retailer* dapat menciptakan nilai tambah dari barang dan jasa yang dibuat oleh perusahaan tersebut. Mereka juga memfasilitasi distribusi barang dan jasa dari pabrik ke konsumen. Penciptaan nilai tambah dari *retailer* disebabkan karena *retailer* dapat (levy : 2009) :

- Menyediakan berbagai macam jenis barang dan jasa
- Menjual dalam jumlah yang sedikit
- Menyimpan inventory
- Menyediakan jasa penjualan

Toko adalah tempat dimana konsumen melakukan pembelian yang terencana maupun yang tidak terencana (Tirmizi et al, 2009). Toko ini menjual puluhan bahkan ratusan jenis barang setiap hari, dan konsumen membeli barang tersebut dengan sebagian dari pendapatan mereka. Konsumen bergantung kepada pendapatan dan waktu yang





mereka keluarkan dalam melakukan pembelian. Hal ini membuat konsumen akan melakukan pembelian terencana, apabila konsumen melakukan pembelian secara tidak terencana maka dapat dikategorikan sebagai pembelian impulsif.

Dalam kegiatan perdagangan, terdapat beberapa pelaku ekonomi mulai dari pembuatan barang hingga sampai ke tangan konsumen. Berikut adalah beberapa pihak yang berperan dalam “Supply Chain Process” :

1. Produsen/Pabrik

Produsen/pabrik adalah badan usaha yang memproduksi dari bahan mentan/setengah jadi menjadi barang setengah jadi/jadi. Biasanya Produsen/pabrik memerlukan jasa ketiga (Distributor/supplier dan retailer) agar barang yang diproduksinya dapat sampai kepada tangan konsumen. Namun beberapa produsen ada yang menjual langsung kepada konsumen demi memangkas pengeluaran/mendapatkan persentase keuntungan dengan porsi yang lebih besar.

2. Distributor/Supplier

Distributor/supplier adalah badan usaha yang bertanggungjawab menyalurkan produk dari produsen/pabrik kepada retailer atau konsumen.

3. Retailer

Retailer atau eceran yaitu badan usaha yang mendistribusikan barang/jasa kepada konsumen baik biasanya mereka menjual secara eceran. Retailer mempunyai peranan penting baik dalam pendistribusiannya maupun mempromosikan barang tertentu



### 2.1.2 Klasifikasi

- Berdasarkan Skala Usaha :

1. Ritel Besar

Merupakan pengecer yang menyediakan barang yang dijualnya dalam jumlah besar. Contoh dari jenis ritel ini yaitu department store, supermarket, hyper market, general store dan chain store.

2. Ritel Kecil

Biasa disebut juga dengan ritel atau pengecer tradisional dimana barang yang dijual biasanya dalam jumlah yang kecil. Ritel jenis ini dibagi lagi menjadi dua kategori yaitu ritel kecil berpangkal seperti kios atau pedagang kaki lima yang menetap dan ritel kecil tidak berpangkal seperti pengecer yang menjajakan barang dagangannya secara berkeliling seperti penjual sayuran sepeda.

- Berdasarkan Tipe Kepemilikan :

1. Independent retail Firm

Outlet pengecer yang dimiliki dan dikelola secara independen, tanpa adanya afiliasi (penggabungan), seperti pada toko, warung dan kios yang memiliki lokasi dimanapun baik yang ada di pasar regional, tradisional, inpres, deretan rumah toko (ruko), pemukiman, perumahan penduduk ataupun lokasi-lokasi lainnya, termasuk outlet atau toko yang dikelola oleh pihak koperasi.

2. Waralaba (franchising)

Bisnis yang dapat dijalankan atau dioperasikan oleh siapa saja (retailer) secara independen namun status



kepemilikannya tetap ada pada perusahaan induk (franchisor) dan aturan-aturan dalam retail mengikuti aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan induk (franchisor). Contoh ritel jenis ini ialah Pizza Hut, McDonald dan KFC.

### 3. Corporate Chain

Contoh dari bisnis retail ini ialah Matahari Group, Robinson Group, Ramayana Group dan lain sebagainya. Dari namanya kita bisa memahami bahwa ritel jenis ini merupakan ritel yang dimiliki oleh group. Ritel jenis corporate chain memanglah ritel yang terdiri atas dua atau lebih bisnis namun saling berhubungan yang dimiliki oleh suatu kelompok atau beberapa individu pemegang saham.

- Berdasarkan Produk/Jasa yang Dijual :

#### 1. Service Retailing

Ini merupakan jenis ritel dimana produknya berupa jasa atau layanan yang langsung kepada konsumen.

#### 2. Rented Goods Service

Merupakan jenis ritel yang menyewakan barang (menjual jasa) dimana kepemilikan terhadap barang tersebut tetap berada pada tangan retailer, contohnya seperti sewa apartemen, sewa CD, rental mobil dan lain sebagainya.

#### 3. Owned Goods Service

Ritel jenis ini biasanya merupakan ritel yang memberikan pelayanan (jasa) untuk perbaikan dan modifikasi barang milik pelanggan. Kepemilikan barang berada sepenuhnya pada pelanggan, pengusaha ritel jenis ini hanya bertugas



memperbaiki dan modifikasi. Contoh dari ritel jenis ini yaitu bengkel sepeda, bengkel motor, reparasi komputer dan lain sebagainya.

#### 4. Non-goods Service

Ritel ini menawarkan jasa personal yang bersifat intangible (tidak berbentuk produk fisik) seperti jasa supir travel, tour guide, tukang cukur, pengasuh bayi dan lain sebagainya.

#### 5. Product Retailing

Merupakan jenis ritel yang menjual berbagai produk berupa barang kebutuhan.

#### 6. Toko Serba Ada (Toserba/ Department Store)

Perusahaan eceran yang biasanya menawarkan pakaian, produk dan peralatan rumah tangga dan mempekerjakan sedikitnya 25 orang dalam perusahaannya.

#### 7. Catalog Showroom

Berbelanja di ritel jenis ini sedikit berbeda yaitu harus memakai blanko pemesanan. Hal ini terjadi karena barang-barang yang ditawarkan biasanya hanyalah barang-barang contoh yang memang dipajang sebagai contoh. Barang dalam catalog showroom memiliki harga relatif rendah dengan merk nasional dan daerah perbelanjaan yang kecil.

#### 8. Food and Drug Retailer

Ritel yang menawarkan produk berupa makanan dan obat-obatan ini terbagi menjadi tiga jenis utama lagi yaitu pasar swalayan (supermarket) dan superdrug store, convenience store serta combination store



9. Pasar swalayan dan superdrug store

Ritel atau toko-toko besar yang menjual makanan ataupun obat-obatan dalam jumlah besar dan harga yang rendah.

10. Convenience store

Ritel swalayan mini yang menjual produk kebutuhan sehari-hari yang biasanya berlokasi disekitaran tempat pemukiman penduduk dan buka 24 jam seperti alfamart dan indomart.

11. Combination store

Dalam strategi penetapan harga dan praktik-praktik operasinya, ritel jenis ini mirip dengan superdrug store namun ritel ini lebih besar.

- Berdasarkan Teknik Pemasaran (Marketing) Produk

1. In Store-Retailing

Penjualan dan transaksi terjadi secara langsung di dalam toko atau warung.

2. Non Store-Retailing

Merupakan ritel non-toko yang menjual produk dan jasanya dengan memakai media selain toko.

3. Direct selling

Barang dijual dan transaksi dilakukan secara langsung antara konsumen dan penjual. Contoh barang yang biasanya dijual dalam direct selling yaitu kosmetik dan peralatan masak.

4. Vending machine



Mesin merupakan alat transaksi yang digunakan dalam menjual barang konsumsi. Konsumen dapat bertransaksi sesuai dengan pilihan yang telah disediakan oleh mesin penjualan (vending machine). Mesin ini lazim ditemui di pasar swalayan, hotel, kantor, bandara maupun tempat-tempat umum lainnya.

#### 5. Telephone and Media Retailers

Produk-produk industri biasanya ditawarkan dalam jenis ritel ini melalui telemarketing dan media periklanan untuk melakukan promosi.

#### 6. Mail order

Dalam ritel ini promosi dilakukan melalui katalog dan pemesanan juga dilakukan melalui katalog pemesanan dan selanjutnya barang akan dikirimkan kepada konsumen lewat pos atau email.

#### 7. Electronic shopping

Ada dua macam dalam electronic shopping, yaitu dengan memakai videotex dan cybermarketing.

- Berdasarkan Bentuk Hukum  
Baik yang bersifat privat atau publik, ritel jenis ini terbagi menjadi ritel perorangan (ole proprietorship), kemitraan (partnership dan perseroan terbatas.
- Berdasarkan Ukuran Outlet  
Untuk ritel berdasarkan klasifikasi ini telah diatur oleh peraturan Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan toko modern dengan ketentuan:



1. Minimarket, berukuran kurang dari 400 m persegi
2. Supermarket/Department Store, berukuran 400 – 500 m persegi.
3. Hypermarket dan Perkulakan (grosir), berukuran lebih dari 5000 meter persegi.

- Berdasarkan Struktur Operasional

Berdasarkan struktur operasionalnya, ritel ini terbagi menjadi ritel satu outlet (independent trader), ritel banyak outlet (multiple/chain store) dan consumer co-operative.

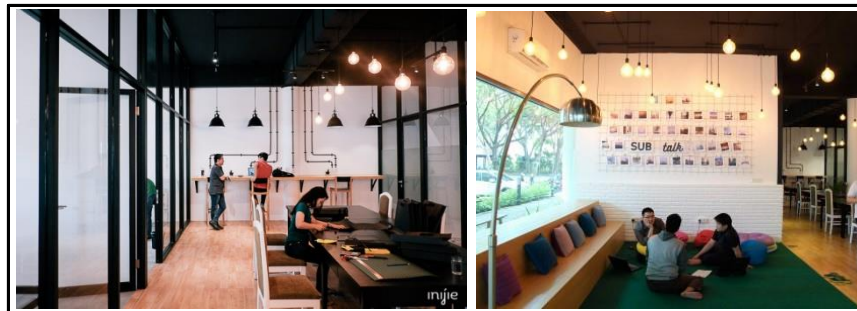
## **2.2 Coworking Space**

### **2.2.1 Pengertian Coworking Space**

Menurut Kamus Bahasa Inggris Oxford, definisi kata co-working adalah penggunaan kantor atau lingkungan kerja lainnya dengan orang-orang yang bekerja sendiri atau bekerja untuk perusahaan yang berbeda, biasanya untuk berbagi peralatan, ide, dan pengetahuan. Co-working merupakan sebuah gaya bekerja yang membutuhkan lingkungan kerja bersama dan kegiatan mandiri yang berbeda dengan lingkungan kerja di kantor pada umumnya, para co-worker biasanya tidak bekerja dalam satu perusahaan atau organisasi yang sama. Desain Coworking Space pada umumnya mengusung konsep open space atau transparency, sehingga membuat setiap individu di dalam coworking space dapat lebih aktif berinteraksi. Sebuah co working space juga biasanya memiliki suasana yang mendukung semangat & produktifitas kerja. Berikut adalah keuntungan para pekerja, khususnya pada founder start-up dalam menggunakan coworking space sehingga membuat coworking space banyak diminati masyarakat saat ini :

- Memiliki lingkungan kerja yang lebih kondusif, santai namun representative

- Harga sewa kantor yang cenderung lebih murah daripada membuka property kantor baru
- Pengunjung dapat berbagi wawasan dengan pengunjung lainnya.
- Pengunjung dapat membangun komunitas dan membuka bisnis lain.
- Mendapatkan semua kebutuhan yang diperlukan dalam menyelesaikan pekerjaan di satu tempat.



**Gambar 2.1** SUB CO coworking space di Surabaya  
Sumber : subco.id/ (Akses : 05/12/2017, 15:46 WIB)

Co-working space memikat berbagai profil pengguna yang berbeda-beda, mulai dari pekerja kreatif, startup digital, freelancer, eksekutif, maupun pegawai perusahaan konvensional. Dengan fitur dan layanan yang bisa dibayangkan tidak terlalu jauh berbeda (selain faktor geografis tentunya), parameter pembedanya adalah konten yang disediakan oleh tiap co-working space. Secara umum, pengguna dalam sebuah *Co-working Space* dapat dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu ;

1. Pengguna Tetap

Pengguna tetap yaitu pengguna yang akan beraktivitas dalam *Co-working Space* untuk jangka waktu lama. Pengguna tetap tersebut adalah para pengelola *Co-working Space* itu sendiri, baik manajer maupun karyawan yang bekerja di *Co-working Space* tersebut.

2. Pengguna Tidak Tetap

Pengguna tidak tetap adalah pengguna yang akan beraktivitas dalam *Co-working Space* untuk waktu yang relatif singkat. Yang dikategorikan sebagai pengguna tidak tetap adalah sebagai berikut:

- a. Anggota / Member





Anggota atau yang biasa disebut dengan member merupakan mereka yang telah terdaftar dan melakukan administrasi untuk mendapatkan berbagai fasilitas yang telah disediakan oleh *Co-working Space*. Secara umum, aktifitas yang dilakukan oleh member dalam *Co-working Space* adalah:

- Mengerjakan tugas / pekerjaan pribadi.
- Melakukan administrasi.
- Mengikuti kegiatan mingguan (*weekly events*).
- Melakukan rapat pertemuan / seminar.

b. Pengunjung

Pengunjung merupakan mereka yang hanya datang tanpa melakukan administrasi pendaftaran. Secara umum, aktifitas yang dilakukan oleh pengunjung dalam *Co-working Space* adalah:

- Mengerjakan tugas / pekerjaan pribadi.
- Menghadiri rapat pertemuan / seminar.

Dalam sebuah coworking space tentu saja terdapat beberapa fasilitas untuk pengunjungnya seperti akses Internet berkualitas adalah fitur yang wajib ada, disusul oleh kualitas perabotan, dan common room. Common room atau ruang bersama/terbuka adalah di mana pengguna co-working space bisa saling berinteraksi, biasanya berbentuk sebuah pantry atau lounge. Selain itu beberapa fasilitas penunjang lainnya juga akan diterapkan pada perancangan ini, antara lain adalah café, meeting room, *bookshare*, loker penyimpanan, dan area fotocopy.

## 2.2.2 Jenis-Jenis Coworking Space

Menurut Genevieve De Guzman dalam bukunya *–Working in the UnOffice : A Guide to Coworking for Indie Workers, Small Businesses, and Nonprofits-* coworking space dikategorikan menjadi 5 tipe menurut target pasarnya, antara lain Incubator Workshops/DIY/Hacker Spaces, Social Enterprise and Non-Profit Coworking Spaces, Industri-Spesific/Niche



Coworking Spaces, Coworking Space untuk bisnis yang sudah berkembang dan Satellite Spaces.

1. *Incubator Workshops/DIY/Hacker Spaces*

*Coworking space* ini lebih banyak dikelola oleh sector perusahaan swasta. Tipe *coworking space* ini lebih focus kepada pengembangan bisnis berbasis *web-technology* dengan oertumbuhan profit yang sangat tinggi oleh para penggunanya. Contoh dari *coworking space* tipe ini adalah SUB.CO dan Google Campus London

2. *Social Enterprise and Non-Profit Coworking Spaces*

*Coworking space* yang dikelola oleh pebisnis social dan *Non-profit Organization* (NGO)

3. *Industri-Spesific/Niche Coworking Spaces*

*Coworking space* yang bergerak pada sektor khusus kepada para penggunanya seperti bidang fashion industri, furnitur, *art & craft*, dan lain sebagainya

4. *Coworking Space* untuk bisnis yang sudah berkembang

*Coworking space* ini adalah bentuk sebuah ekosistem yang sangat mendukung untuk bisnis yang sudah berkembang. Banyak stakeholder yang ikut turun tangan di dalamnya, seperti investor, mentor dan juga pemerintahan

5. *Satelite Spaces*

Merupakan *coworking space* milik swasta yang terbuka bagi siapa saja yang ingin bergabung untuk mengembangkan bisnisnya mulai dari ide, tahap awal sampai ke tahap lanjut. Di *satellite space* ini, pengguna dapat berinteraksi dan sling berkolaborasi antara bisnis yang satu dengan yang lain.

Menurut definisi diatas, jenis *coworking space* yang akan ditambahkan sebagai fasilitas baru pada objek perancangan ini adalah *coworking space* dengan tipe *satelite space*.



## 2.3. Urban Desain

### 2.3.1. Desain Urban

Masyarakat perkotaan cenderung lebih dinamis dan memiliki mobilitas tinggi dibanding dengan masyarakat pedesaan. Biasanya masyarakat perkotaan adalah para pendatang atau urban. Urbanisasi atau perpindahan penduduk dari desa ke kota biasanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi karena di perkotaan ada lebih banyak lapangan pekerjaan dibandingkan dengan didesa.

Hal inilah yang menyebabkan penduduk kota identik dengan masyarakat urban. Banyaknya lapangan pekerjaan tentu membuat orang lebih sibuk dan mobile. Kesibukan dan pergerakan yang tinggi mempengaruhi pula bentuk bangunan dan desain interior. Hidup aktif dan dinamis akhirnya menginspirasi para desainer menciptakan desain interior yang sesuai dengan gaya hidup mereka atau gaya hidup masyarakat urban. Dari situlah muncul desain interior dengan gaya urban. Berikut adalah karakteristik dari desain interior gaya urban :

1. Desain ruangan dan furniture yang multifungsi.

Desain ruangan yang bias digunakan untuk berbagai aktifitas, misalnya ruang tamu sekaligus ruang kerja. Model seperti ini adalah ciri khusus masyarakat urban yang aktif dan dinamis serta tidak lagi terkungkung oleh adat istiadat yang menghambat pekerjaan mereka.

2. Material menggunakan bahan industry.

Material yang digunakan membuat perabot atau furniture desain gaya urban cenderung lebih banyak hasil industri modern. Material tidak menggunakan bahan klasik seperti kayu yang sekarang sudah langka seperti kayu jati, kayu kamper dan kayu Kalimantan. Bahkan bahkan yang digunakan berupa bahan kayu olahan yang daya tahanya tidak lama.



3. Filosofi tempat kerja sekaligus tempat tinggal.

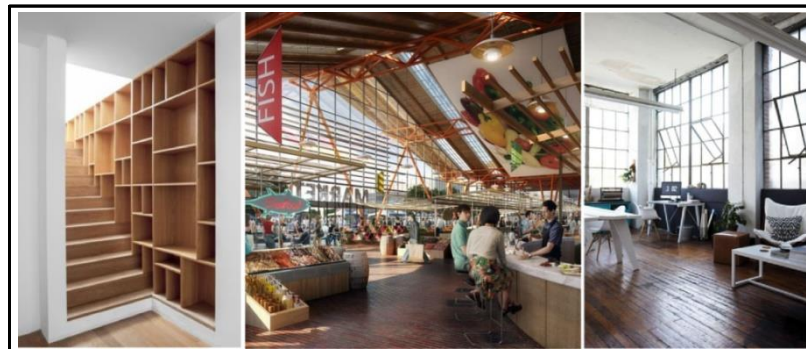
Orang kota berbeda dengan orang yang tinggal dipedesaan. Banyak dari mereka menggunakan tempat tinggal mereka sebagai tempat kerja. Anda akan banyak menemui bengkel las, took, dan jasa servis produk elektronik yang ada dipinggir jalan juga merupakan tempat tinggal si pemilik usaha. Tidak jauh beda juga bagi kalangan kantor yang menjadikan rumah mereka sebagai kantor.

4. Solusi ruang sempit yang cerdas

Keunggulan dari desain gaya urban adalah efektifitas ruang sangat diperhatikan. Ruang sempit bisa menjadi multifungsi. Contohnya; kalau desain rumah pada umumnya ruang makan dengan dapur itu berbeda, desain interior gaya urban tidak demikian. Dapur dengan konsep minibar adalah contoh pengaruh gaya urban didalam menata ruangan. Dapur dibuat dengan konsep minibar bisa menjadi solusi mengatasi ruang sempit yang menyatukan antara dapur dan ruang makan. Furniture yang digunakan juga harus multifungsi atau ramping sehingga ruangan masih terkesan luas.

5. Kesan ruangan lebih luas dari yang sebenarnya.

Desain gaya urban cenderung membuat ruangan tampak lebih luas dengan adanya furniture yang serbaguna. Penggunaan bahan industri memudahkan para desainer dan konstruktor untuk mengaktualisasikan ide – ide mereka. Membuat interior rumah dengan gaya urban tidaklah sulit. Dengan desain sederhana menjadikan rumah terasa lebih luas dan juga proses pembuatanya tidak merepotkan karena bahan yang digunakan banyak tersedia dipasaran.



**Gambar 2.2** Referensi Desain Interior Urban  
Sumber : <https://id.pinterest.com> (Akses : 05/12/2017, 15:30 WIB)

Desain interior urban industrial yang diwujudkan oleh gagasan dari sumber industri yang dikonversi. Dinding bata yang asli, lantai kayu kasar, dan jendela baja besar menciptakan rasa lebih nyaman, sementara lantai yang terbuka dan banyak cahaya alami memberikan ruang-ruang terbuka, membuat perasaan menjadi lapang. Gaya dekorasi urban style adalah desain yang lebih lembut dan lebih nyaman daripada 'industrial' styles yang mana selalu dihubung-hubungkan dengan kata 'urban'. Pencahayaan gaya urban juga sangat penting untuk menciptakan suasana yang lebih santai dengan sentuhan tampak alami di pedalaman, yaitu mendapat pencahayaan lebih redup di beberapa daerah di mana anda ingin merasa lebih 'nyaman'.

## **2.4. Layout & Display**

### **2.4.1 Layout**

Layout dipandang sebagai proses penentuan kebutuhan akan ruang dan tentang penggunaan ruangan secara terperinci guna menyiapkan susunan yang praktis dari faktor-faktor fisik yang dianggap perlu untuk pelaksanaan kerja perkantoran dengan biaya yang layak (Terry,1996). Ensiklopedi Perancangan Tata Letak yang dikutip dari Ensiklopedi Eka Marissa (2010), berikut prinsip-prinsip dasar penyusunan tata letak (layout):

- Integrasi secara total terhadap faktor- faktor produksi.
- Jarak pemindahan bahan paling minimum.

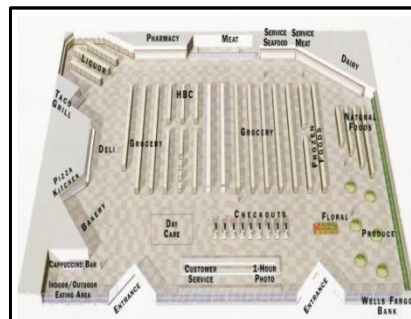


- Material diusahakan bergerak terus tanpa adanya interupsi oleh gangguan jadwal kerja (menghindari gerakan balik (back tracking), gerakan memotong (cross movement), dan gerak macet (congestion)).
- Kepuasan dan keselamatan kerja, sehingga memberikan suasana kerja yang menyenangkan.
- Fleksibilitas, yaitu dapat mengantisipasi perubahan teknologi, komunikasi, kebutuhan konsumen.

Pada perancangan ini, layout harus dapat berfungsi memberikan kemudahan dalam menemukan barang dagangan dengan tata letaknya bervariasi dan menarik. Selain itu juga memberikan pelanggan ruang yang lapang untuk berbelanja tapi juga harus menggunakan ruang yang mahal sevara produktif. Berikut adalah beberapa jenis layout dan sirkulasinya :

#### 1. Grid (*Straight*)

- Design Baik digunakan dalam lingkungan ritel yang mayoritas pelanggan berbelanja di seluruh toko
- Dapat membingungkan dan membuat frustrasi karena sulit untuk melihat barang-barang lain
- Harus digunakan dengan hati-hati yang artinya memaksa pelanggan ke belakang toko yang besar dan luas mungkin membuat frustrasi dan menyebabkan mereka mencari tempat lain
- direkomendasikan untuk supermarket dan toko obat

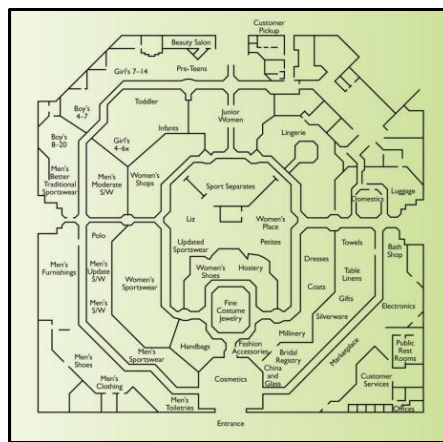


**Gambar 2.3** Layout Grid

Sumber : <http://staffnew.uny.ac.id> (Akses : 05/12/2017, 11:35 WIB)

## 2. Curving/Loop (*Racetrack*) Design (Melengkung)

- Pelanggan menyusuri lorong mulai dari pintu masuk, lalu belok melalui toko (biasanya dalam bentuk lingkaran, persegi atau persegi panjang) dan kembali ke depan toko
- Menghadapkan pembeli pada sejumlah kemungkinan besar untuk melihat dan membeli barang dagangan dengan “memaksa” menjelajahi dan melintasi seluruh area penjualan

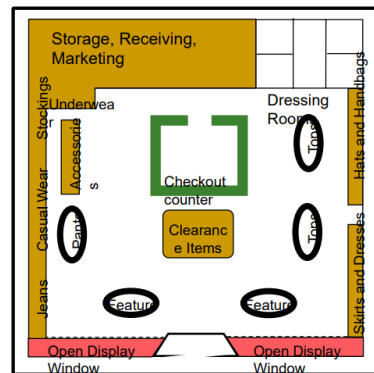


### Gambar 2.4 Layout Racetrack

Sumber : <http://staffnew.uny.ac.id> (Akses : 05/12/2017, 11:39 WIB)

### 3. *Free-Flow* Layout

- Perlengkapan dan barang dagangan dikelompokkan ke dalam pola bebas mengalir di lantai penjualan - tidak ada pola lalu lintas yang paling diterapkan di toko-toko kecil (di bawah 5.000 square feet) di mana pelanggan ingin menelusuri seluruh toko
- Paling baik bila barang dagangan dari jenis yang sama, seperti pakaian/ fashion
- Jika ada berbagai macam barang dagangan, akan gagal untuk memberikan isyarat dimana satu departemen berhenti dan lainnya dimulai

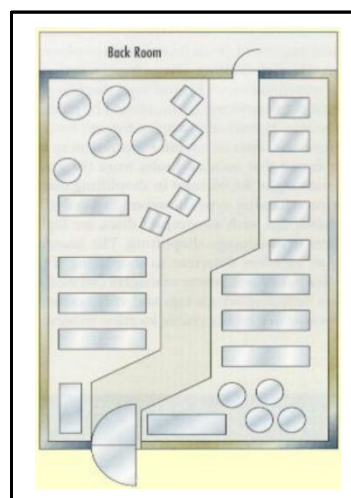


**Gambar 2.5** Layout Free Flow

Sumber : <http://staffnew.uny.ac.id> (Akses : 05/12/2017, 11:43 WIB)

#### 4. *Spine* Layout

- Variasi dari bentuk grid, loop dan layout free-flow. Berdasarkan gang utama tunggal berjalan dari depan ke belakang toko (membawa pelanggan di kedua arah)
- Barang dagangan ditata dikedua sisi jalur utama yang menghubungkan antara pintu depan dan belakang
- Banyak digunakan oleh toko-toko khusus menengah mulai dari ukuran 2.000 -"10.000 kaki persegi
- Di toko-toko fashion jalur sirkulasi tengah sering diperhalus transisinya dengan perubahan warna lantai atau permukaan agar tidak membentuk sebuah lorong



**Gambar 2.6** Layout Spine

Sumber : <http://staffnew.uny.ac.id> (Akses : 05/12/2017, 11:43 WIB)





Berdasarkan studi pustaka diatas, perancangan ini akan menggunakan layout dengan desain spine yaitu gabungan dari layout grid, loop, dan free-flow. Layout spin dipilih agar zoning mudah dilakukan namun menjadi menarik dan tidak monoton.

#### **2.4.2 Display**

Menurut Swastha dan Sukotjo dalam bukunya Pengantar Bisnis Modern (2009 : 18), display adalah mempromosikan barang-barang kepada konsumen agar mereka mudah mengamati, memeriksa dan memilih barang-barang yang diinginkan. Dari definisi diatas jelas terlihat, bahwa suatu toko dalam menyalurkan produknya memerlukan suatu display yang dapat menarik perhatian konsumen agar mudah mengamati, memeriksa dan memilih barang-barang yang pada akhirnya melakukan pembelian. Tujuan dari display adalah untuk menarik perhatian para pembeli dan menimbulkan keinginan untuk memiliki barang barang yang di pamerkan di toko.

Beberapa macam teknik display barang yang sering digunakan pada toko retail saat ini, adalah sebagai berikut :

##### *1. Floor Display*

Pemajangan barang dagangan yang disusun langsung di lantai tanpa menggunakan rak apapun. Floor diplay sering kita lihat pada hypermarket, karena disana memiliki area yang luas, sehingga display barang di lantai tidak mengganggu arus barang/konsumen.



**Gambar 2.7** *Floor Display & Vertical Display*

Sumber : <https://id.pinterest.com> (Akses : 22/02/2018, 14:00 WIB)

## 2. *Vertical Display*

Pemajangan barang dagangan secara vertikal ke atas. Jenis display ini dapat dilakukan dengan rak gondola wall/island.

## 3. *Wall Display*

Penataan produk di rak dengan posisi menempel di dinding. Biasanya digunakan untuk produk fashion / aksesoris. Rak yang digunakan adalah Slat wall rack



**Gambar 2.8** *Wall Display & “Impuls Buying” Display*  
Sumber : <https://id.pinterest.com> (Akses : 22/02/2018, 14:00 WIB)

## 4. *“Impuls Buying” Display*

Display ini semacam “pameran” barang di tempat strategis, sering dilalui konsumen dan mudah terlihat, sehingga konsumen tertarik untuk membeli. Display ini biasanya diletakkan di rak end gondola atau juga rak display dekat kasir.

## 5. *Merchandise Mix Display*

Pemajangan produk dengan memanfaatkan hubungan komplementer, yaitu memajang secara berdekatan antara barang yang biasanya digunakan bersama. Misalnya spagety dengan saos; kopi dengan gula; minuman dengan cemilan. Sehingga konsumen akan tertarik untuk membelinya sekaligus.



**Gambar 2.9** Merchandise mix display & cut cases display  
Sumber : <https://id.pinterest.com> (Akses : 22/02/2018, 14:00 WIB)

#### 6. *Cut Cases Display*

Pemajangan barang dengan menumpuk tanpa mengeluarkan produk dari kemasan karton, tetapi hanya memotong setengah kemasan kartonnya sehingga produk dapat terlihat walau disusun menumpuk. Display ini biasanya digunakan untuk minuman / makanan dalam botol dan kaleng.

#### 7. *Jumble Display*

Display ini dikenal juga dengan display promo. Produk dengan berbagai macam merk dan jenis ditempatkan pada rak promo, serta diletakkan di lokasi terbuka. Konsumen bebas mengaduk-aduk barang untuk memilih.



**Gambar 2.10** Jumble display  
Sumber : <https://id.pinterest.com> (Akses : 22/02/2018, 14:00 WIB)

### 2.5. Pencahayaan

Pencahayaan mempunyai dua fungsi utama yaitu untuk penglihatan dan estetika. Fungsi estetika misalnya menciptakan suasana ruang atau untuk



membuat *eye catching* elemen interior yang ingin ditonjolkan sebagai pencahayaan dekorasi (Alatas dan Subkiman, 2014). Pencahayaan yang diterapkan pada desain interior terdiri dari pencahayaan alami dan pencahayaan buatan.

Pencahayaan alami adalah pemanfaatan cahaya yang berasal dari benda penerang alam, yang umum digunakan dalam interior adalah cahaya matahari. Pencahayaan alami dapat diperoleh melalui bukaan jendela dan pintu. Umumnya luas bukaan ideal mencapai 40 – 80% luas keseluruhan dinding atau 10 – 20% luas keseluruhan lantai.

Pencahayaan buatan adalah pencahayaan yang dihasilkan oleh sumber cahaya selain cahaya alami (matahari), namun cahaya tersebut berasal dari hasil karya manusia berupa lampu yang berfungsi menyinari ruangan sebagai pengganti jika sinar matahari tidak ada. Selain sebagai sumber cahaya, pencahayaan buatan dapat berfungsi sebagai aksentuasi dan memberikan keindahan pada ruang. Warna cahaya yang dihasilkan pencahayaan buatan bermacam-macam. Warna cahaya kemerahan (*warmlight*) lebih cocok untuk menciptakan suasana hangat daripada cahaya warna putih (*daylight*) namun tidak boleh mengganggu kenyamanan visual, seperti membaca menu, membayar/menerima pembayaran (Alatas dan Subkiman, 2014).

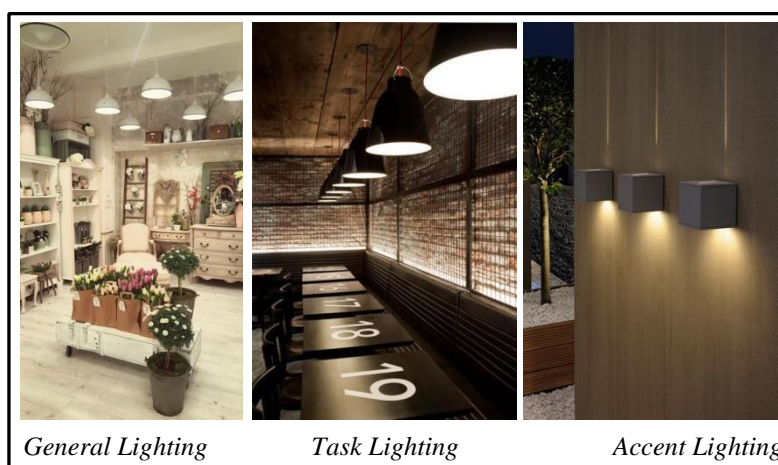
Terdapat tiga teknik pencahayaan, yaitu:

- a. *General Lighting*, sistem pencahayaan yang dilakukan dengan cara menempatkan titik lampu pada titik tengah ruangan atau pada beberapa titik yang dipasang secara simetris dan merata. Contohnya menggunakan *downlight* dan lampu TL.
- b. *Task Lighting*, sistem pencahayaan yang difokuskan pada suatu area dengan tujuan membantu aktivitas tertentu. Contohnya menggunakan lampu meja.



- c. *Accent Lighting*, digunakan untuk menyorot atau memfokuskan pada suatu benda agar dapat lebih terlihat. Contohnya menggunakan *spotlight* dan *wall lamp*.

Berdasarkan kajian pencahayaan diatas, desain interior pada perancangan ini akan menggunakan dua sumber cahaya, yaitu pencahayaan alami dan pencahayaan buatan. Pencahayaan alami akan dimaksimalkan pada pagi hari dengan menggunakan pintu kaca dan jendela. Pencahayaan buatan akan di. Teknik *general lighting* akan digunakan pada seluruh area restoran. *Task lighting* akan digunakan pada area dapur dan kantor. *Accent lighting* berupa *spotlight* akan digunakan untuk menyorot dinding informasi agar terbaca dengan jelas.



**Gambar 2.11** Teknik Pencahayaan Buatan

Sumber : <https://id.pinterest.com> (Akses : 05/12/2017, 11:18 WIB)

Tingkat pencahayaan memiliki nilai yang berbeda-beda sesuai dengan jenis dan fungsi ruangan tersebut. Lux adalah salah satu satuan pencahayaan. Lux menyatakan nilai besaran pencahayaan yang ada dalam suatu ruangan yang mendapatkan pencahayaan dari suatu sumber cahaya. Berikut adalah tabel nilai standar kebutuhan pencahayaan yang dibutuhkan dalam suatu ruangan yang diklasifikasikan berdasarkan aktivitasnya dalam satuan lux.



**Tabel 2.1** Standar Pencahayaan Ruang

No	Nama Ruang	Lux
1	Teras	60 lux
2	Lobby & koridor	100 lux
3	Kafetaria	250 lux
4	Ruang kerja	350 lux
5	Ruang gambar	750 lux
6	Ruang baca	350 lux
7	Ruang Komputer	300-700 lux
8	Gudang arsip	150 lux
9	Ruang serba guna	200 lux
10	Dapur	300 lux
11	Kamar mandi	250 lux
12	Store	200 – 500 lux





Pencahayaan buatan yang akan digunakan pada perancangan ini adalah downlight, lampu TL, lampu gantung, spot light dan juga hidden lamp.



**Gambar 2.12** Lampu Gantung, lampu spot dan *hidden lamp*

Sumber : Sumber : <https://id.pinterest.com> (Akses : 05/12/2017, 23:00 WIB)

Terdapat beberapa teknik pencahayaan khusus pada display barang atau merchandise. Teknik high lighting dan silhouetting adalah teknik yang paling umum dipakai pada merchandise. High lighting akan membuat objek 5 kali lebih terang dibandingkan latar belakangnya sedangkan silhouetting akan membuat bagian sekitar objek menjadi berbayang gelap. Hal ini akan membuat barang yang didisplay menjadi lebih kontras sehingga dapat memberikan kesan atraktif bagi pengunjung. Teknik lain yang digunakan adalah backlighting, yaitu meletakkan sumber cahaya dibelakang objek untuk memperoleh performa berkas cahaya impresif dari depan. Teknik ini biasanya dipakai untuk produk produk tembus pandang atau bersifat kristal. Teknik down lighting adalah teknik pencahayaan 180 derajat dari langit langit untuk penerangan area keseluruhan atau area sirkulasi, sedangkan uplighting, pencahayaan yang mengarah ke bidang atas, untuk menonjolkan ceiling ataupun memberikan kesan ketinggian. Untuk cahaya pada elemen dinding, bisa dengan menggunakan teknik wall washing, yang berguna untuk menonjolkan objek di dinding, memperjelas karakter fisik dinding, dan menciptakan kesan “ruang”. Penataan cahaya yang benar dengan variasi warna yang tepat akan menimbulkan kesan indah dan mewah pada barang. Hal ini akan memberikan pengaruh yang besar dalam memikat minat para konsumen untuk membeli.



## 2.6. Penghawaan

Penghawaan adalah suatu usaha pembaharuan udara dalam ruang untuk mencapai tujuan kesehatan dan kenyamanan dalam ruang (Suptandar, 1982 : 150). Toko retail PT. Gading Murni berada di Surabaya dengan suhu yang panas. Dalam hal ini, penghawaan toko dan kantor (coworking space) menjadi penting untuk menciptakan kenyamanan pada pengunjung dan para pekerja.

Sebuah studi pernah dilakukan terhadap sembilan karyawan. Pada suhu 25 derajat Celsius mereka mengetik tanpa henti dengan tingkat kesalahan 10%. Namun saat diturunkan lima derajat, produktivitas berkurang dengan kesalahan dua kali lipat. Suhu ruangan kantor mempengaruhi produktivitas dan cara berpikir. Ruangan hangat cocok untuk kreativitas, sementara yang dingin cocok untuk pekerja monoton. Ruangan di atas 27 derajat Celsius tak cocok untuk berhitung. Studi lainnya menunjukkan, suhu ideal untuk pekerjaan kantor ‘tipikal’ seperti melayani pelanggan atau memproses dokumen tertulis adalah 22 derajat Celsius. Namun begitu, daya tahan setiap orang memang berbeda. Sementara Shipworth memperkirakan, suhu kantor optimal untuk bekerja adalah 22-24 derajat Celsius.

Terdapat dua jenis sistem penghawaan, yaitu penghawaan alami dan penghawaan buatan.

### a. Penghawaan Alami

Penghawaan alami atau ventilasi alami adalah proses pertukaran udara di dalam bangunan melalui bantuan elemen-elemen bangunan yang terbuka. Contoh penerapan penghawaan alami adalah melalui jendela dan ventilasi udara.

### b. Penghawaan Buatan

Penghawaan buatan adalah penghawaan yang dihasilkan oleh alat atau mesin buatan manusia. Sistem ini digunakan apabila penghawaan alami tidak dapat menciptakan kenyamanan dalam ruangan.





Penghawaan buatan yang digunakan pada toko retail adalah AC (*Air Conditioner*).

Berikut adalah macam AC yang akan digunakan pada perancangan ini :

1. AC Casette

AC jenis Cassette biasanya diinstal di dalam ruangan dengan ukuran yang luas. AC ini pun dalam instalasinya ada dua, yaitu yang menonjol dari plafon, dan yang tampak menyatu dengan plafon ruangan. Kelebihan dari AC jenis ini adalah mampu mengatur suhu ruangan dengan sangat cepat. Salah satu kekurangannya adalah instalasi yang lebih rumit dibandingkan dengan AC lainnya

2. AC Split Wall

AC Split Wall adalah yang paling banyak penggunaannya untuk pemakaian personal di rumah-rumah, atau juga di kantor-kantor yang masih berskala kecil. AC dengan jenis ini memiliki dua unit yang digunakan dalam proses instalasinya, yaitu unit indoor dan unit outdoor. Untuk unit outdoor, di dalamnya terletak compressor AC. Kelebihan dari AC ini adalah memiliki banyak bentuk desain sehingga dapat dicocokkan dengan desain ruangan.

3. AC Floor Standing

AC Floor Standing ini unitnya berbeda dengan AC Split, dimana pada jenis ini hanya memiliki satu unit saja, yaitu unit indoor. Untuk AC jenis ini air juga digunakan sebagai proses untuk menghasilkan udara dingin, sehingga di dalam unit AC ini terdapat tank yang digunakan untuk media penampungan air nantinya. Biasanya jenis ini digunakan untuk ruangan yang cukup luas. Kelebihan dari AC ini adalah pemasangan yang tidak merusak dinding dan bersifat portable. Kekurangannya adalah menghasilkan suara yang cukup berisik saat digunakan.



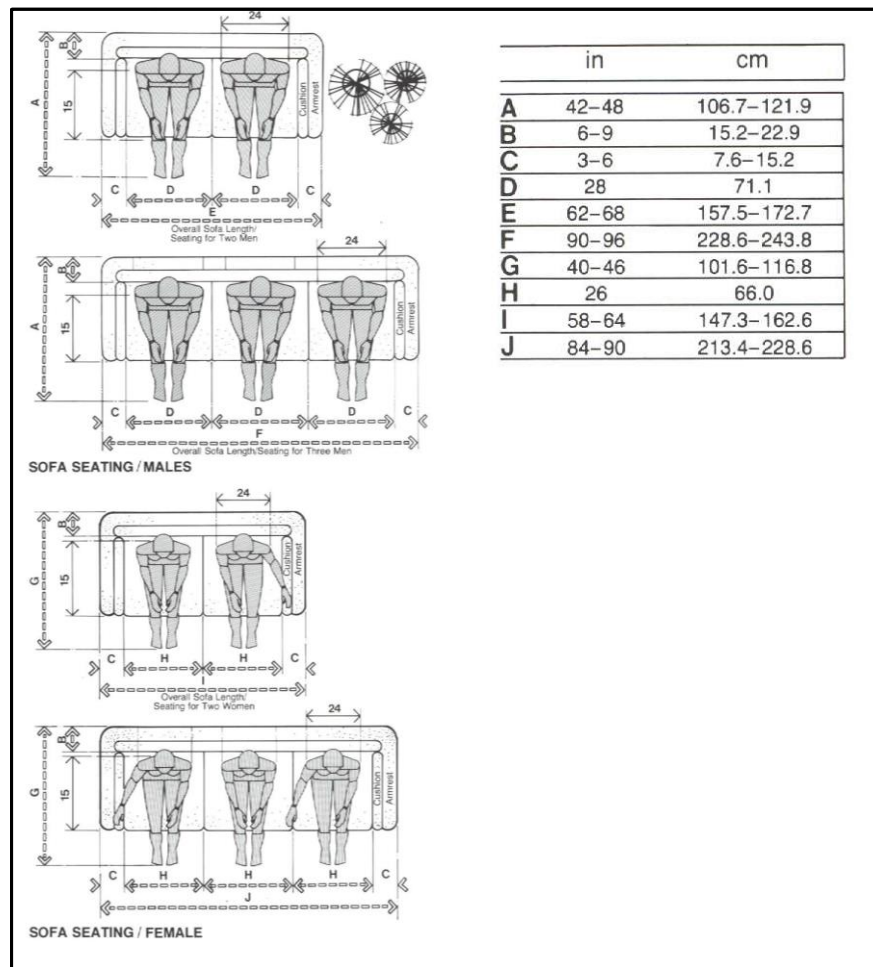
**Gambar 2.13** AC cassette, split wall dan floor standing

Sumber : <http://hargareview.com/jenis-jenis-ac> (Akses : 05/12/2017, 12:41 WIB)2.7

## 2.7 Studi Anthopometri

### 2.7.1 Area Cafe

Berikut merupakan data mengenai standard ukuran kenyamanan untuk fasilitas duduk (sofa) untuk laki laki dan perempuan.

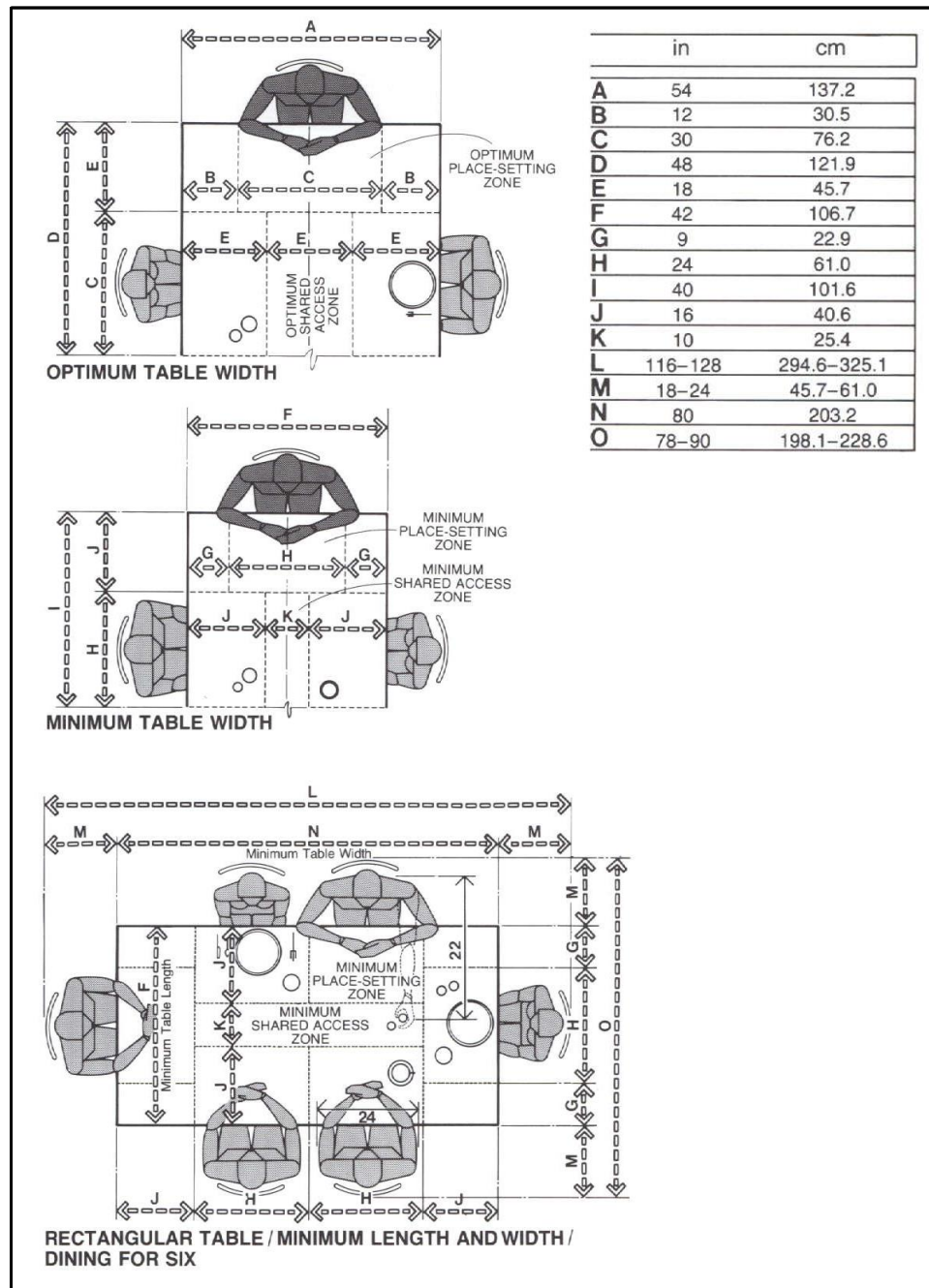


**Gambar 2.14** Ergonomi Sofa

Sumber : Human Dimension & Interior Space



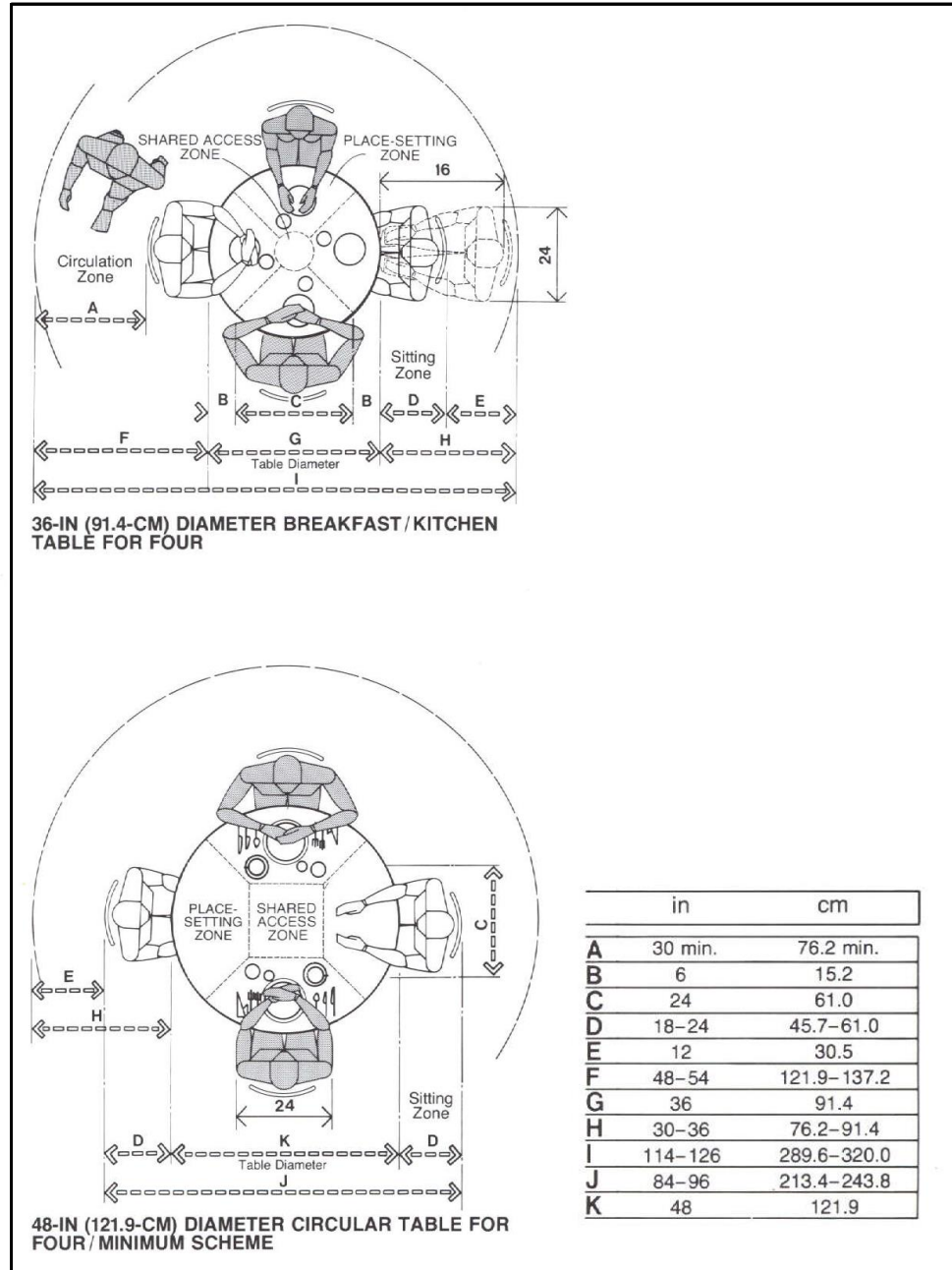
Berikut merupakan data mengenai standard ukuran kenyamanan meja makan berbentuk persegi untuk kelompok. Data ini berguna untuk menentukan kebutuhan ruang yang akan digunakan pada area café atau ruang makan



**Gambar 2.15** Ergonomi Meja Makan Persegi  
Sumber : Human Dimension & Interior Space



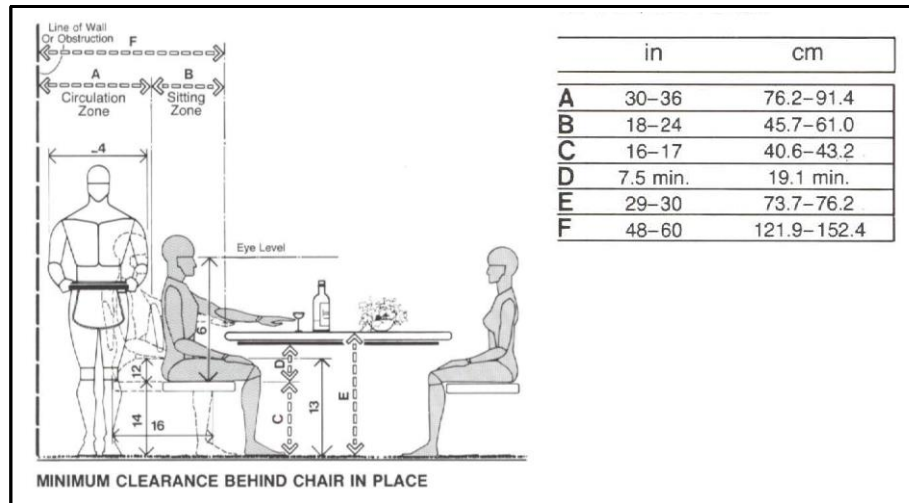
Berikut merupakan data mengenai standard ukuran kenyamanan meja makan berbentuk lingkaran untuk kelompok. Data ini berguna untuk menentukan kebutuhan ruang yang akan digunakan pada area café atau ruang makan dan juga sirkulasi ideal nya.



**Gambar 2.16** Ergonomi Meja Makan Lingkaran  
Sumber : Human Dimension & Interior Space

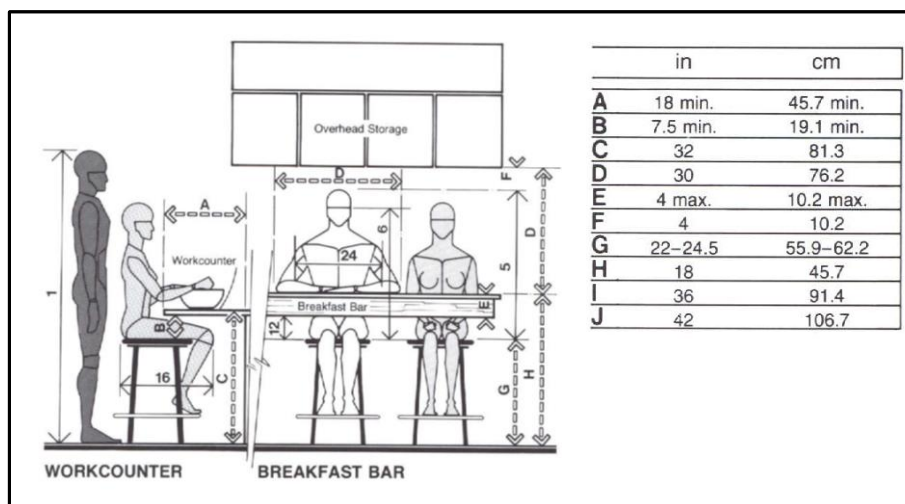


Berikut merupakan data mengenai standard ukuran kenyamanan meja makan untuk pria dan wanita khususnya ketinggian meja dan lebar area minimal untuk keperluan sirkulasi.



**Gambar 2.17** Ergonomi Ketinggian dan sirkulasi meja makan  
Sumber : Human Dimension & Interior Space

Berikut merupakan data mengenai standard ukuran kenyamanan meja makan dan area kerja (counter) untuk café. Data ini berguna untuk menentukan kenyamanan ideal dan kebutuhan ruang pada area café.

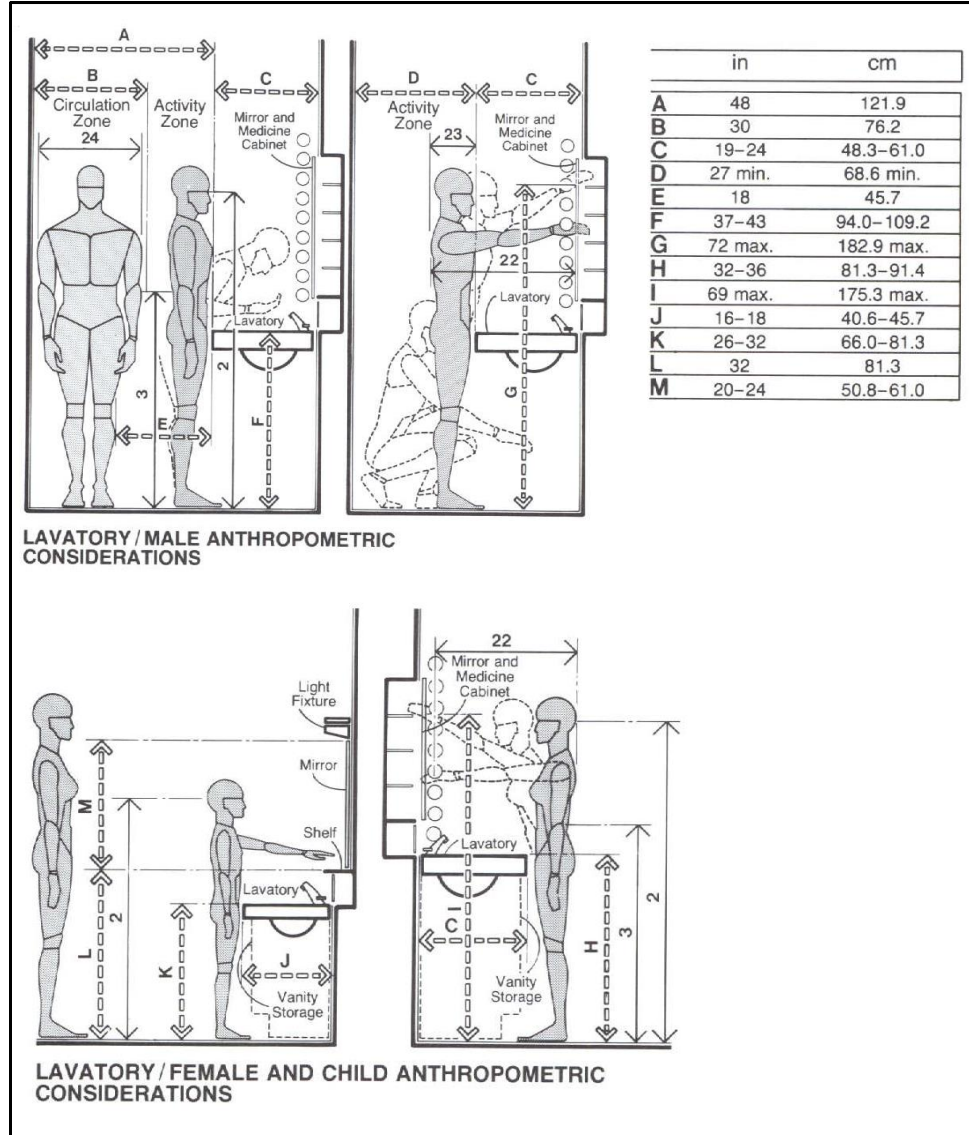


**Gambar 2.18** Ergonomi Bar dan Konter  
Sumber : Human Dimension & Interior Space





Berikut merupakan data mengenai standard ukuran kenyamanan pada wastafek untuk laki- laki, perempuan, dan anak-anak

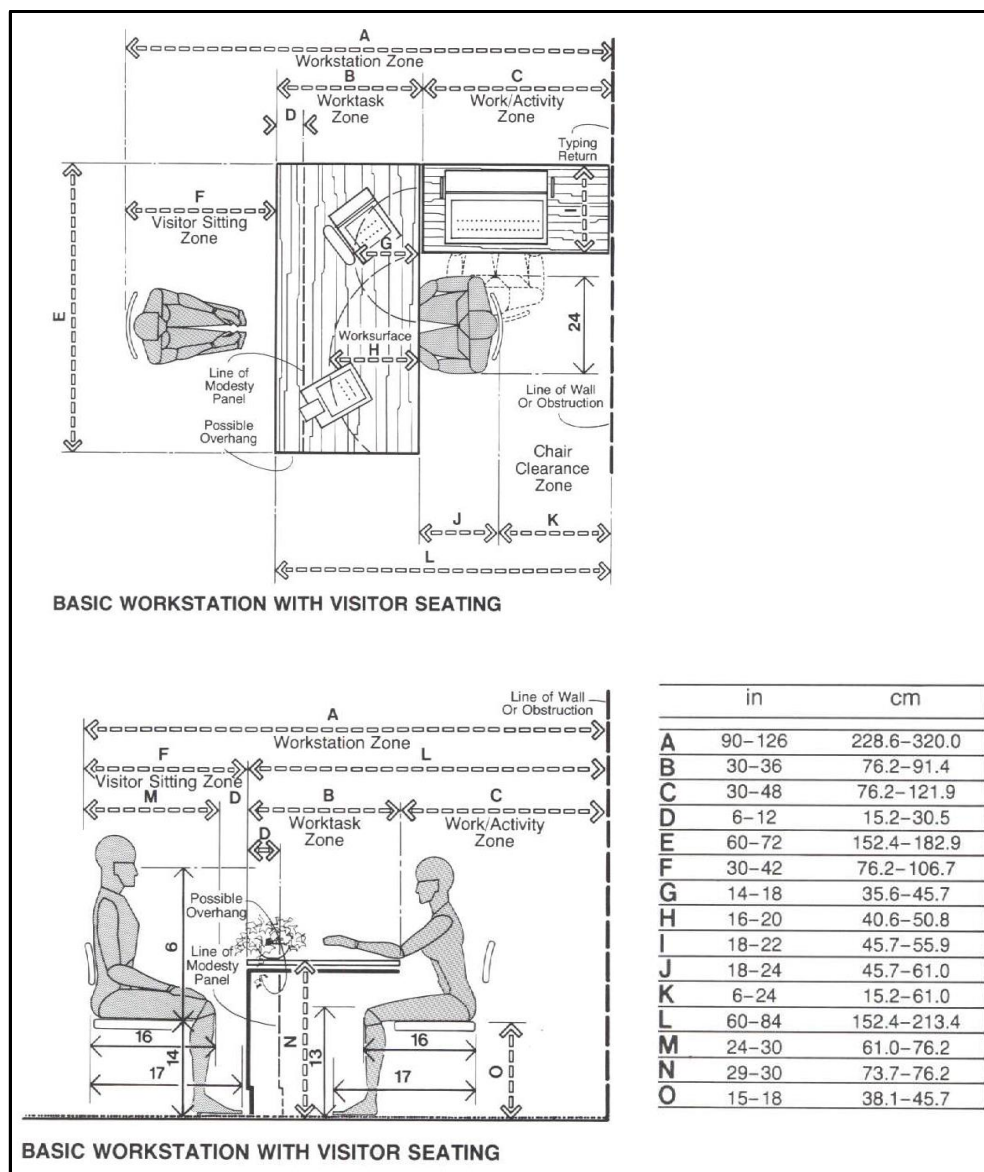


**Gambar 2.19** Ergonomi Ketinggian Wastafel  
Sumber : Human Dimension & Interior Space



## 2.7.2 Area Office

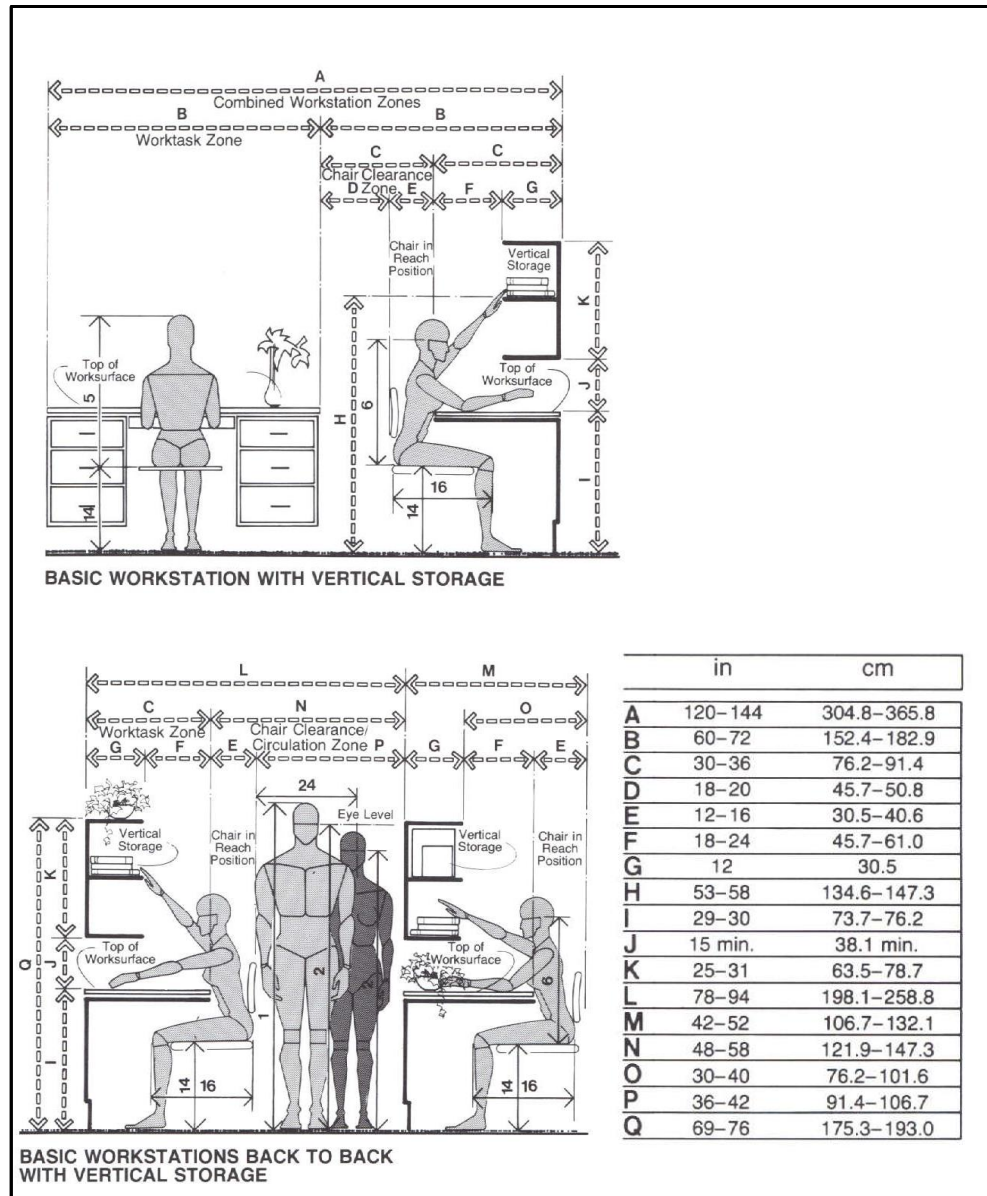
Berikut merupakan data mengenai standard ukuran working space. Data tersebut berguna untuk menentukan kebutuhan ruang pada area coworking space. Selain luasan, juga kenyamanan ketinggian meja, kursi dan sirkulasi saat sedang bekerja.



**Gambar 2.20** Ergonomi Workstation  
Sumber : Human Dimension & Interior Space



Berikut merupakan data mengenai standard ukuran working space dan juga storage vertical. Data tersebut berguna untuk menentukan tinggi dan ukuran storage sehingga dapat nyaman saat digunakan.

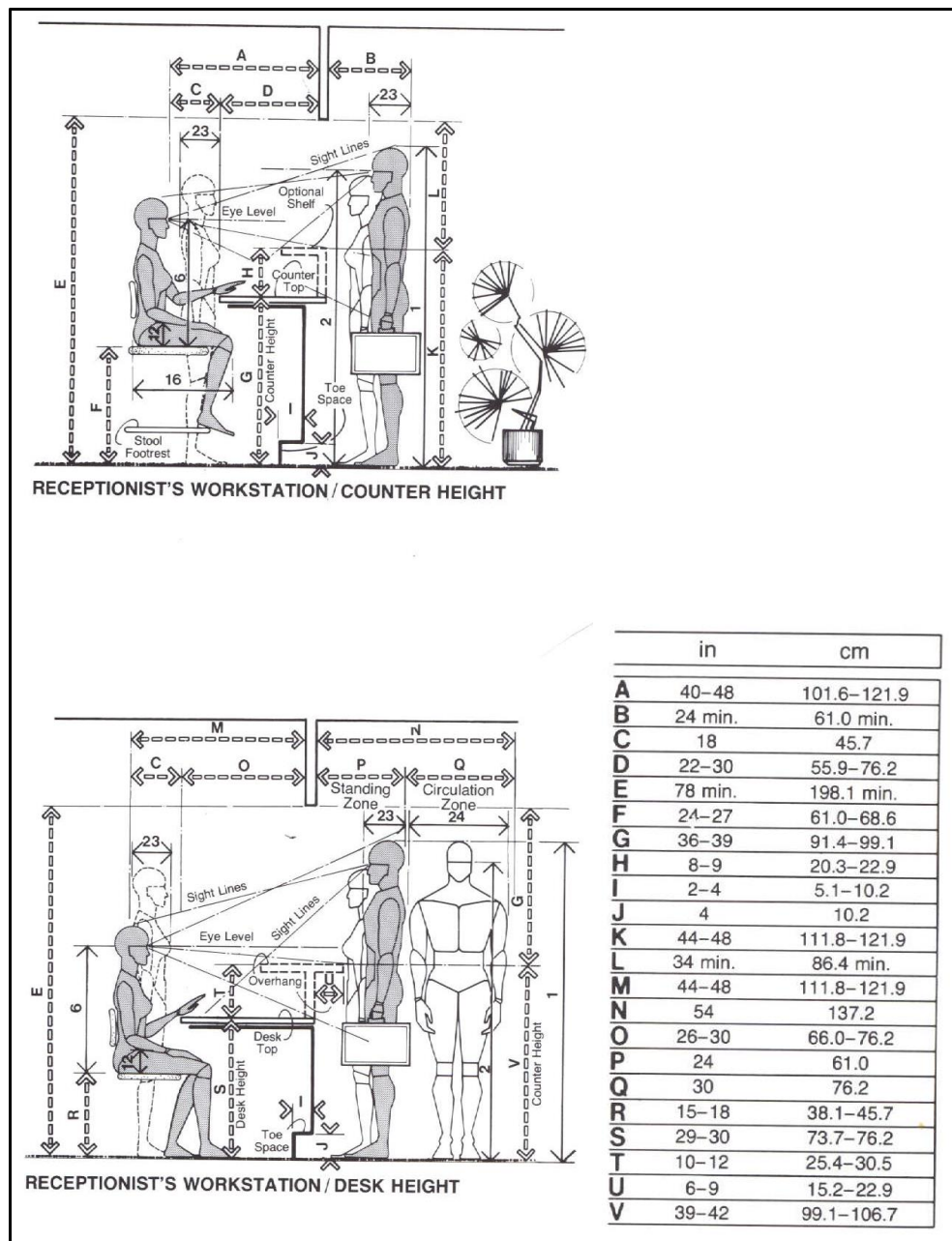


**Gambar 2.21** Ergonomi Workstation dan Storage  
Sumber : Human Dimension & Interior Space





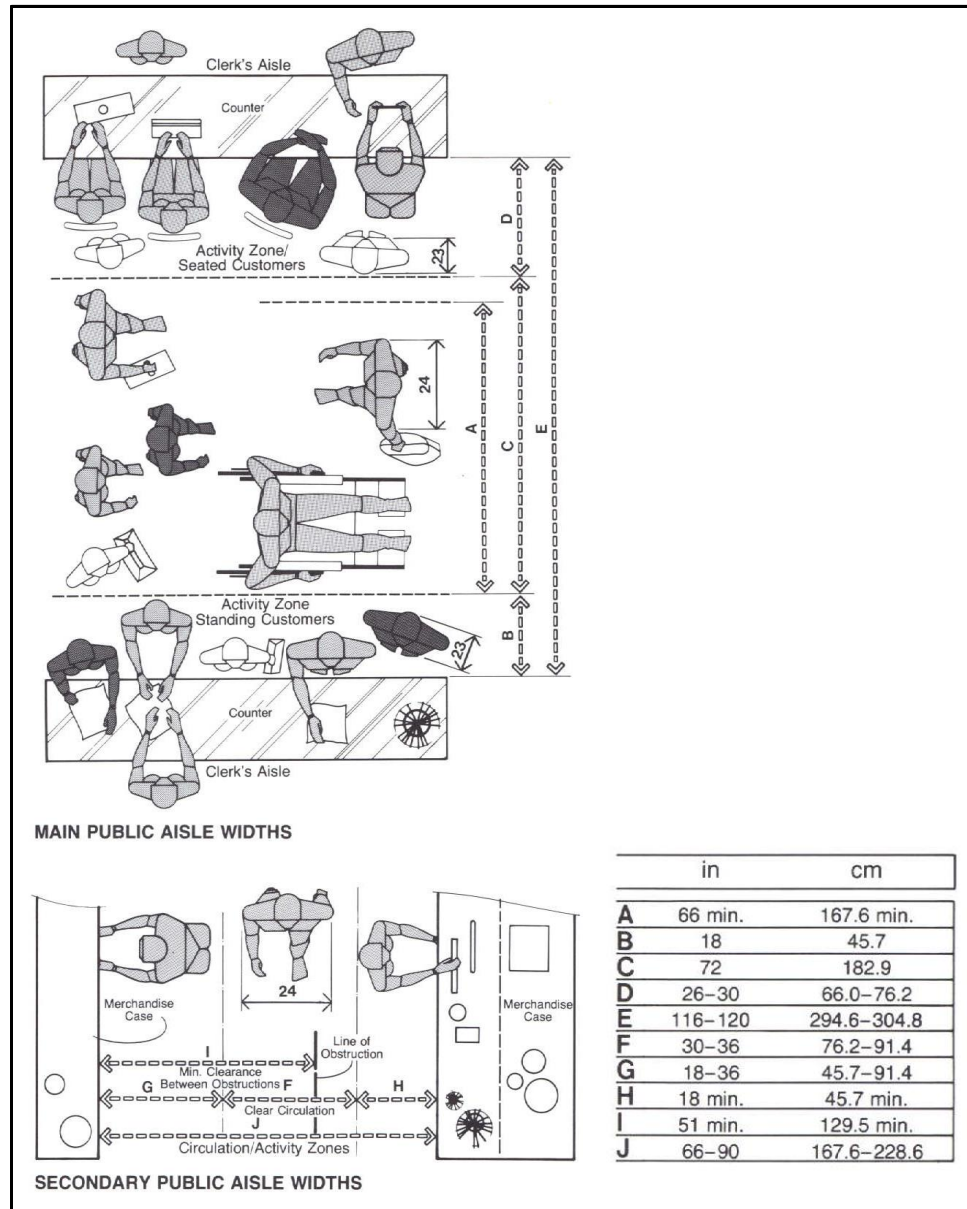
Berikut merupakan data mengenai standard ukuran ketinggian untuk resepsionis dan counter pada coworking space ataupun area retail.



**Gambar 2.22** Ergonomi Meja Resepsionis  
Sumber : Human Dimension & Interior Space

### 2.7.3 Area Toko Retail

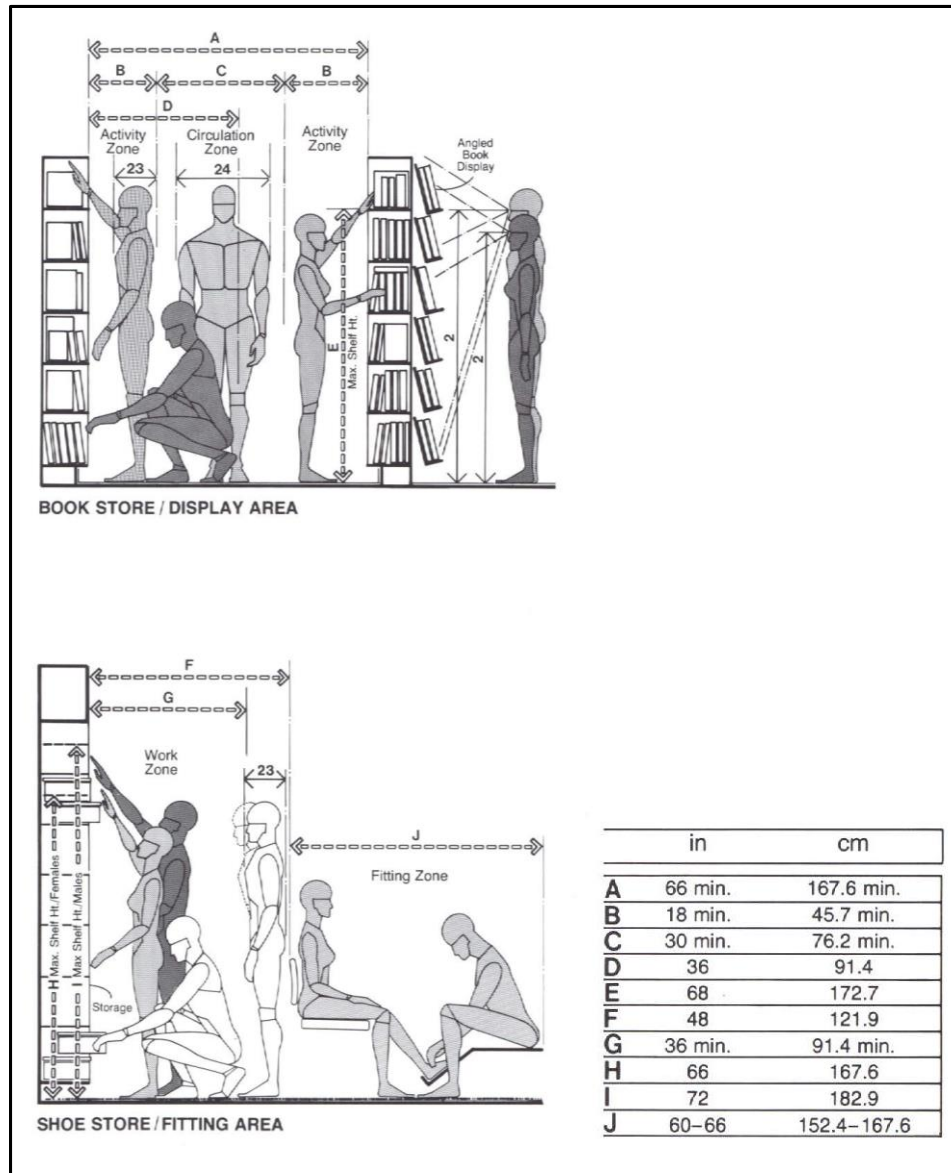
Berikut merupakan data mengenai standard ukuran lebar sirkulasi pada public area khususnya toko retail. Data berikut berguna untuk menentukan kebutuhan ruang pada area sirkulasi.



**Gambar 2.23** Ergonomi Sirkulasi  
Sumber : Human Dimension & Interior Space



Berikut merupakan data mengenai standard ukuran rak display mengenai jangkauan tangan dan pengelihan pada umumnya. Data berikut berguna untuk mendesain rak yang dapat berfungsi secara maksimal.



**Gambar 2.24** Ergonomi Ketinggian Rak  
Sumber : Human Dimension & Interior Space



## 2.8. Studi Eksisting

### 2.8.1 Tentang PT.Gading Murni



**Gambar 2.25** Logo PT Gading Murni  
Sumber : Dokumen Perusahaan

Objek desain yang diambil adalah toko PT.Gading Murni A.Yani Surabaya. PT . Gading Murni adalah salah satu retail peralatan kantor tertua dan terbesar di Indonesia . PT. Gading Murni didirikan pada tahun 1948 oleh Mr Soen Kie Soei di Jalan Kembang Jepun dengan nama Leeven . Kemudian Leeven berpindah lokasi ke Jalan Tunjungan, Surabaya untuk lebih memajukan usahanya. Tak lama kemudia Leeven berubah nama menjadi PT. Gading Murni. Saat ini, PT Gading Murni di kepalai oleh Bapak Aruwan Soenardi selaku generasi ketiga dalam keluarganya. Salah satu pencapaian terbesar nya yang telah dicapai adalah berhasil mejadi distributor perusahaan internasional dari Austria TRODAT di Indonesia pada tahun 1980. Dari sini, PT. Gading Murni mulai melangkah untuk bergerak menjual barang atau mesin berteknologi modern untuk perlengkapan kantor.

PT. Gading Murni bergerak dalam 4 aspek bisnis, yaitu peralatan kantor, alat tulis kantor, Office Automation dan Teknologi Office. Bisnis ini telah berkembang selama lebih dari 6 dekade dan sekarang memiliki 12 cabang di Pulau Jawa.

### 2.8.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

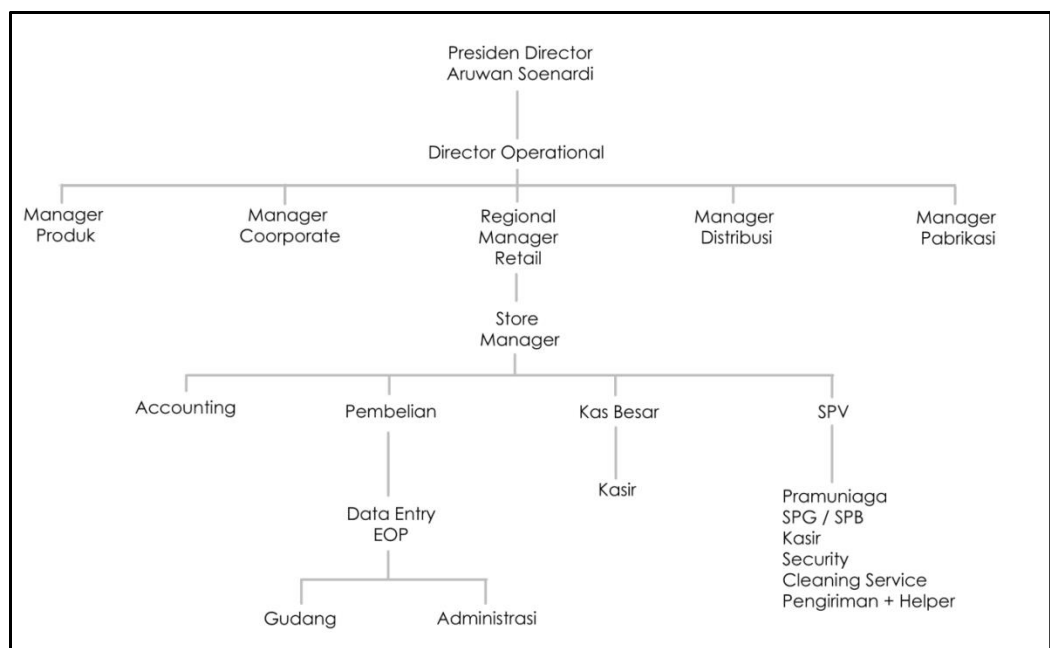
Terdepan sepanjang masa dalam menciptakan nilai tambah bagi bisnis dan kebutuhan kantor anda





## 2.8.4 Struktur Organisasi

Perusahaan PT. Gading Murni memiliki beberapa cabang yang tersebar di Pulau Jawa. Perusahaan ini dikepalai oleh Presiden Director. Untuk operasional seluruh cabang dikepalai oleh direktur operasional, yang memiliki tanggung jawab menhandel seluruh cabang toko lewat Manager Toko. Berikut adalah struktur organisasi pada toko retail PT. Gading Murni A.Yani Surabaya :



**Bagan 2.1** Struktur organisasi toko retail PT Gading Murni Ahmad Yani  
Sumber : Dokumen penulis

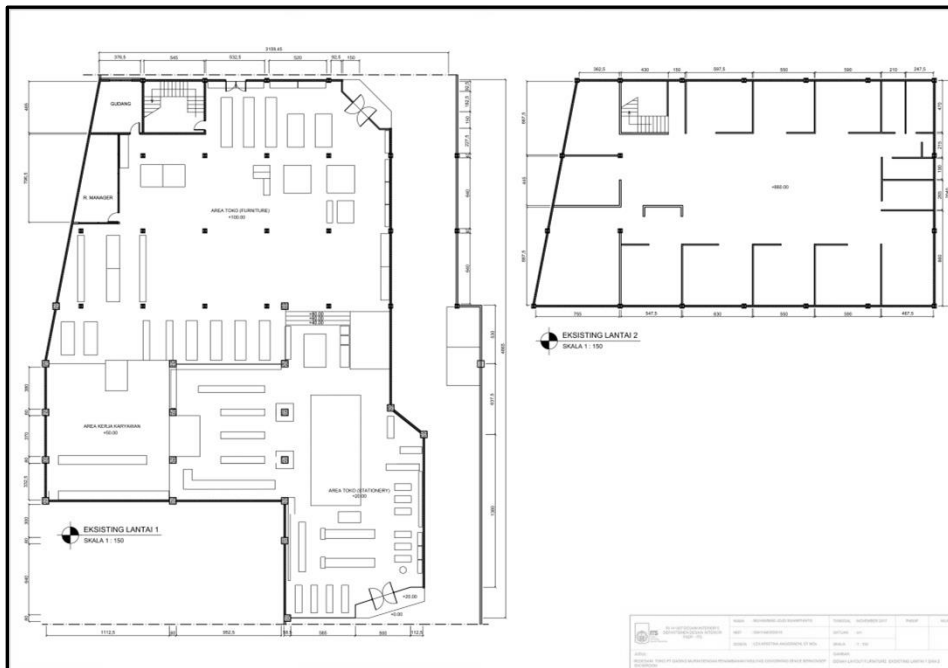
## 2.8.5 Kondisi Eksisting

Bangunan toko ini terdiri dari 2 lantai. Lantai 1 merupakan area toko retail dan memiliki beberapa area lain seperti area kerja karyawan, ruang manager, dan gudang kecil. Area depan toko merupakan area untuk display alat tulis dan stationery, dan area belakang toko merupakan area display untuk barang barang dengan ukuran besar seperti furniture dan mesin mesin perlengkapan kantor. Lantai 2 masih





belum digunakan. Saat ini lantai 2 telah bersekat dan lengkap dengan instalasi air dan listriknya. Berikut adalah denah layout furniture eksisting toko retail PT. Gading Murni Ahmad Yani Surabaya.



**Gambar 2.27** Layout Furniture Eksisting Toko PT. Gading Murni A.Yani  
Sumber : Dokumen penulis

Keberagaman jenis barang yang dijual dapat kita lihat mulai dari pintu masuk sampai bagian belakang toko. Mulai dari stationery perlengkapan sekolah, kantor, furniture kantor dan juga mesin mesin perkantoran.

Kekurangan pada toko ini adalah penataan layout yang kurang baik, sehingga memberikan kesan toko terlihat berantakan dan zoning area yang tidak rapi. Selain itu, desain ruangan terkesan datar dan rak display tidak semua-nya terolah dengan baik. Penataan barang berupa furniture dan mesin mesin kantor didisplay dengan biasa saja. Signage dan elemen dekorasi ruangan pun masih sedikit dan kurang baik. Berikut adalah foto hasil survey toko PT. Gading Murni A. Yani pada lantai 1.



**Gambar 2.28** Kondisi eksisting lantai 1 toko PT. Gading Murni A.Yani  
Sumber : Dokumen penulis

Lantai 2 pada toko belum digunakan dan selesai dibangun tahun 2016 lalu. Lantai 2 ini telah diberi partisi, plafon dengan downceiling, lantai keramik, dan instalasi air dan listrik. Letak jendela terdapat pada setiap ruangan, sehingga cahaya matahari langsung dapat masuk pada pagi hari.

Dalam perancangan desain interior, lantai 2 akan dijadikan sebuah coworking space dan café yang nantinya dapat menjadi promosi dari PT. Gading Murni sebagai fasilitas baru dan juga showroom galeri bagi pengunjung bagi yang ingin mencoba atau melihat produk PT. Gading Murni yang telah ditata sedemikian rupa. Berikut adalah foto kondisi eksisting pada lantai 2







**Gambar 2.29** Kondisi eksisting lantai 2 toko PT. Gading Murni A.Yani  
Sumber : Dokumen penulis

## 2.8.6 Eksisting Produk

PT. Gading Murni menjual berbagai macam produk dalam bidang perlengkapan sekolah dan kantor. Produk yang dijual dapat diklasifikasikan menjadi beberapa macam, antara lain adalah :

**Table 2.2** Jenis Produk PT.Gading Murni

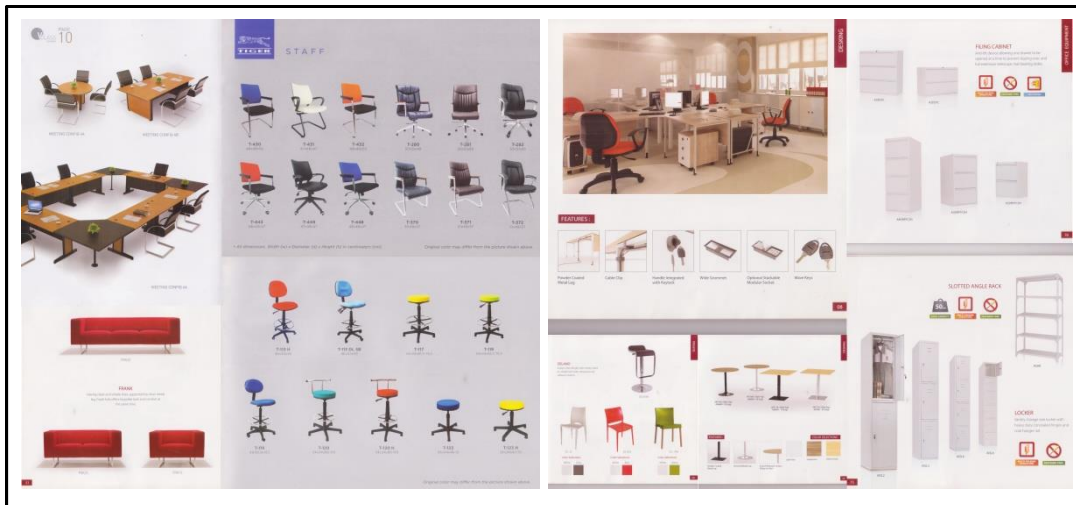
No	Jenis Barang	Nama Barang	Foto	Display
1	<i>Art Supply</i>	Cat, krayon, pensil warna, peralatan dan media menggambar, melukis, crafting.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Wall display</i></li> <li>• <i>Vertical display</i></li> <li>• <i>Merchandising mix display</i></li> </ul>
2	<i>Gift</i>	Kotak & kertas kado, hiasan/pajangan meja, merchandise		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>"Impuls Buying" display</i></li> <li>• <i>Island display</i></li> </ul>
3	<i>Stationery</i>	Alat tulis, kertas, gunting, lem, lakban, map & holder, stampel, staples, dsb		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Vertical display</i></li> <li>• <i>Merchandising mix display</i></li> <li>• <i>Island display</i></li> </ul>
4	Perlengkapan Sekolah	Tas, sepatu, seragam, botol minum, tempat makan		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Merchandising mix display</i></li> <li>• <i>Wall display</i></li> <li>• <i>Jumble display</i></li> <li>• <i>Vertical display</i></li> </ul>
5	Buku	Buku tulis, buku bacaan, majalah		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Vertical display</i></li> <li>• <i>"Impuls Buying" display</i></li> <li>• <i>Jumble</i></li> </ul>



				display
6	Office Automation	Printer, brankas, mesin pemotong kertas, laminating, binding, laptop		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Table display</li> <li>• Floor Display</li> </ul>
7	Furnitur	Meja, kursi, lemari, filling cabinet, storage, kursi tunggu		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Floor display</li> </ul>
8	Mainan	Mainan anak		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertical display</li> <li>• Merchandising mix display</li> <li>• Wall display</li> </ul>
9	Miscellaneous	Perlengkapan kebersihan, peralatan ulang tahun		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertical display</li> <li>• Jumble display</li> <li>• Wall display</li> </ul>

Produk produk diatas di display pada spot area toko tertentu berdasarkan tingkat keperluan konsumen. Pada bagian depan toko, produk yang didisplay adalah berupa *art supply*, *gift* dan *stationery* karena produk tersebut adalah produk yang paling sering dibutuhkan oleh konsumen dan memiliki daya tarik display yang menarik dengan luasan yang ideal. Produk produk diatas pada umumnya didisplay pada sebuah furniture seperti meja, rak dinding, rak *floor display*, dan juga etalase.

Produk yang memiliki ukuran yang membutuhkan luasan yang besar seperti automation dan furniture diletakkan pada bagian belakang toko. Produk seperti furniture dan automation pada umumnya didisplay langsung berdiri diatas lantai. Pada beberapa area diberi staging untuk zoning atau point of view. Untuk mesin kantor pada umumnya didisplay pada meja besar dengan price tag dan spesifikasinya. Berikut adalah contoh produk katalog untuk furniture yang dijual oleh PT. Gading Murni



**Gambar 2.30** Produk Katalog Furniture  
Sumber : Dokumen Penulis

Produk furniture dan mesin kantor yang dijual membutuhkan luasan area display yang cukup besar. Ditambah lagi, toko ini tidak memiliki gudang yang luas sehingga barang yang didisplay pada area toko merupakan stok yang ada saat itu juga. Melihat keadaan lantai 2 yang masih belum terisi, penulis membuat sebuah fasilitas baru yakni coworking space dan café dengan konsep showroom. Showroom yang dimaksud adalah beberapa furniture yang digunakan merupakan produk dari toko PT. Gading Murni.

## 2.9. Studi Pemodelan

### 2.9.1. Gramedia

Gramedia Asri Media adalah perusahaan yang menjual berbagai macam buku bacaan, stationery, peralatan kantor, peralatan olahraga dan produk teknologi. Gramedia adalah anak perusahaan dari Kompas Gramedia dan telah memiliki jaringan di seluruh Indonesia dan Malaysia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1970, pertama kali di Jalan Gajah Mada. Pada awalnya Gramedia hanya menjual produk buku namun saat ini telah banyak ragam jenis produk telah dijual.



**Gambar 2.31** Interior toko retail Gramedia  
Sumber : <https://id.pinterest.com> (Akses : 05/12/2017, 13:58 WIB)

Berikut adalah kelebihan yang dimiliki toko buku Gramedia :

1. Desain interior modern yang bersih dengan layout dan zoning yang jelas dan sesuai. Ruangan beserta barang yang ditata dengan rapi
2. Terletak di pusat kota dan di berbagai pusat perbelanjaan sehingga dapat terjangkau oleh masyarakat luas dengan mudah.
3. Menjual beraneka ragam barang, tidak hanya buku
4. Pengunjung diperbolehkan membaca sebelum membeli, bias menjadi tujuan para pelajar mencari suasana baru yang berbeda.
5. Menyediakan katalog, judul buku, penerbit, pengarang dan harganya tertera di tempat dan website.
6. Desain furniture rak display yang modern dan sesuai dengan desain ruangan.

### **2.9.2. STORY**

Toko STORY memiliki luasan 2000 kaki persegi yang terletak di Ave Ave Manhattan. koridor ritel, STORY adalah toko dengan konsep ritel yang menyerupai sudut pandang majalah, berubah seperti galeri dan menjual barang-barang seperti toko. Itu berarti setiap empat sampai delapan minggu, STORY benar-benar menemukan kembali dirinya sendiri - dari desain ke barang dagangan dengan tujuan untuk mewujudkan tema, tren, atau masalah baru.



Toko ini didirikan oleh Rachel Shechtman, mantan konsultan merek untuk Kraft, TOMS shoes dan Lincoln, idenya adalah untuk menciptakan konsep ritel yang akan berfungsi sebagai media promosi antara merek dan konsumen, mengintegrasikan strategi pemasaran, merchandising, dan pengembangan bisnis.



**Gambar 2.32** Interior toko retail STORY, New York  
Sumber : <https://id.pinterest.com> (Akses : 05/12/2017, 14:00 WIB)

Berikut adalah kelebihan dari Toko STORY, New York :

1. Memiliki desain yang menarik, modern dan mengikuti perkembangan jaman, karena sesuai dengan konsep toko yaitu eventual
2. Memiliki jenis barang yang beragam dan selalu up-to-date karena barang yang dijual sesuai dengan konsep toko pada saat itu
3. Pencahayaan alami yang maksimal dan pencahayaan buatan yang memiliki penempatan yang baik sehingga produk yang didisplay terlihat lebih menarik.

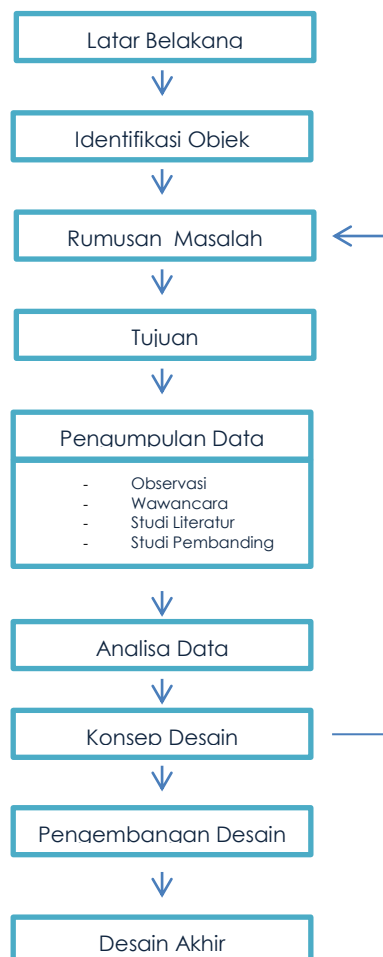


## BAB III

### METODOLOGI DESAIN

#### 3.1. Bagan Proses Desain

Bagan proses desain adalah bagan yang menjelaskan tentang alur kerja untuk membuat sebuah desain. Bagan ini bertujuan untuk memperjelas konsep desain yang akan diterapkan pada Toko Retail PT. Gading Murni A.Yani sesuai dengan permasalahan yang ada. Obyek yang dipilih adalah area toko PT. Gading Murni A.Yani, fasilitas tambahan berupa coworking space dan kafe. Berikut adalah bagan proses desain dalam penelitian ini.



**Bagan 3.1** Bagan Proses Desain

Sumber : Dokumentasi Penulis



Bagan diatas adalah alur proses kerja dalam menciptakan sebuah desain. Secara urut, penulis mencari latar belakang permasalahan yang ada pada obyek yang telah ditentukan. Setelah menemukan latar belakang yang tepat, maka permasalahan akan muncul. Dari permasalahan tersebut, kemudian dibuatlah tujuan yang akan dicapai dari perancangan ini. Langkah selanjutnya adalah mencari data yang dibutuhkan untuk melakukan perancangan. Data yang diambil dibagi menjadi 2 jenis, yaitu:

1. Data primer, yang didapatkan melalui wawancara dan observasi
2. Data Sekunder, yang didapatkan melalui studi literature dan studi pembeding.

Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan analisa data yang nantinya akan menjadi konsep desain. Konsep tersebut akan ditinjau kembali melalui permasalahan yang ada. Apabila konsep tersebut dapat menyelesaikan permasalahan, konsep tersebut akan dilanjutkan pada tahap desain akhir dimana konsep tersebut akan diaplikasikan pada obyek yang dipilih sehingga menjadi desain akhir perancangan interior.

### **3.2. Teknik Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan melihat langsung keadaan pada toko PT.Gading Murni A. Yani. Penulis mengamati bagaimana interior toko secara visual dan layout diplay pada area toko. Penulis juga melakukan pengamatan kepada pengunjung dan juga pihak pengelola toko. Pengamatan ini mengambil sample waktu pada hari kerja dan hari libur masing masing pada siang dan sore hari. Pengamatan ini dilakukan untuk mendapatkan data mengenai perilaku pengunjung saat berada di toko dan juga tentunya layout dan display barang pada toko PT. Gading Murni A.Yani Surabaya.





**Gambar 3.1** Suasana Toko Pada hari Jumat, 23 Februari 2018 pukul 19.00 & 11.00  
Sumber : Dokumentasi penulis

## 2. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada Manager Toko PT. Gading Murni A.Yani sebagai orang yang paling mengerti keadaan toko sebagai pengelola. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih tepat mengenai informasi seputar toko tersebut. Hasil yang didapatkan dalam wawancara tersebut adalah keadaan toko saat ini mengenai eksisting toko, permasalahan yang ada, kelebihan dan kekurangan pada interior toko, dan rencana kedepan yang akan dilakukan. Hasil wawancara tersebut nantinya akan dianalisa dan dimasukkan dalam pertimbangan dalam membuat rumusan konsep desain.

Berikut adalah daftar pertanyaan wawancara yang diajukan kepada Manager toko PT. Gading Murni A.Yani:

1. Bagaimana keadaan toko retail PT. Gading Murni A.Yani saat ini mengenai konsumen, layout, display dan fasilitasnya ?
2. Apakah keadaan tersebut sudah ideal untuk toko retail dan tujuan perusahaan ?
3. Apa yang kurang di toko PT. Gading Murni A.Yani dalam bidang interior ?
4. Apa saingan/masalah/isu yang sedang dihadapi oleh Perusahaan khususnya Toko Retail PT. Gading Murni A.Yani ?





5. Apa yang menjadi kelebihan dari toko retail PT. Gading Murni A.Yani ?
  6. Bagaimana sejarah terbentuknya PT. Gading Murni?
  7. Fasilitas apa yang ingin ditambahkan pada toko retail PT. Gading Murni A.Yani ?
  8. Bagaimana rencana atau tujuan jangka panjang untuk toko retail PT. Gading Murni A.Yani?
3. Studi Literatur

Studi literature merupakan data sekunder yang didapatkan dari buku, laporan penelitian, internet, dan lain sebagainya. Data yang akan didapatkan dari studi literature adalah data berupa studi pustaka mengenai obyek yang didesain dan konsep desain yang akan diterapkan yang meliputi semua elemen yang ada. Data tersebut meliputi studi pustaka mengenai toko retail, coworking space, sirkulasi, desain urban-kreatif, pencahayaan, penghawaan dan studi anthropometri studi eksisting, dan studi pembandingan.

### **3.3. Teknik Analisa Data**

Data data yang telah diperoleh melalui metode diatas kemudian akan dikelompokkan dan diolah pada bagiannya masing masing. Data tersebut akan dianalisa untuk mendapatkan rumusan konsep desain yang dapat menyelesaikan permasalahan yang ada. Selain itu, juga menjadi acuan dalam membuat desain interior yang baik. Analisa yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Analisa Konsep Desain  
Analisa ini bertujuan untuk menentukan konsep desain yang akan digunakan dalam perancangan interior Toko Retail PT. Gading Murni A.Yani Surabaya. Hasil dari konsep ini akan dijadikan sebagai rumusan judul dan acuan utama dalam mendesain.
2. Analisa Kebutuhan Ruang



Analisa ini dilakukan untuk mengetahui ruangan apa saja yang tersedia dan dibutuhkan pada objek yang di desain. Selain itu juga mengetahui kebutuhan pengguna dalam ruangan tersebut yang berkaitan dengan sirkulasi dan furniturnya. Analisa ini juga bertujuan untuk menyelesaikan masalah kebutuhan pengguna dalam melakukan aktivitas di toko baik sebagai pengunjung maupun pihak pengelola.

### 3. Analisa Ergonomi

Analisa ini bertujuan untuk mengetahui kondisi ideal dari sebuah toko dan fasilitasnya yang berkaitan dengan pencahayaan, penghawaan, antropometri, dan sirkulasi. Analisa ini bertujuan untuk mengetahui apakah kondisi toko tersebut telah dalam kondisi ideal atau belum. Jika belum analisa ini akan membantu menyelesaikan permasalahan yang ada.

### 4. Analisa Pengguna

Analisa ini bertujuan untuk mengetahui perilaku pengunjung saat berada di dalam toko PT. Gading Murni A.Yani. Selain itu juga menganalisa perilaku pengguna coworking space dan café pada umumnya, yang selanjutnya akan dijadikan acuan dalam perancangan penambahan fasilitas pada toko PT. Gading Murni A.Yani Surabaya.

## 3.4. Tahapan Desain

Dalam melakukan perancangan desain interior Toko PT. Gading Murni, penulis menggunakan tahapan sebagai berikut :

### 1. Brainstorming

Brainstorming merupakan tahap awal yang dilakukan untuk mengolah data mulai dari permasalahan sampai data studi yang diperoleh. Hasil dari tahapan ini selanjutnya digunakan untuk menentukan konsep desain yang akan digunakan dalam



perancangan interior objek yang dipilih guna menyelesaikan permasalahan yang ada.

## 2. Pembuatan Konsep Awal Desain

Tahapan ini bertujuan untuk menentukan konsep desain yang akan digunakan sesuai dengan hasil brainstorming yang telah dilakukan sebelumnya. Pembuatan konsep awal desain ini meliputi tema yang akan digunakan dalam perancangan interior dan segala aspek nya berupa moodboard atau imageboard. Konsep awal desain yang dibuat meliputi tema apa yang diusung, langgam yang digunakan yang berupa tree method hingga konsep makro dan mikro.

## 3. Perancangan Layout

Perancangan layout bertujuan untuk mendapatkan hasil layout yang ideal, yaitu memiliki zoning dan sirkulasi yang baik, serta kebutuhan ruang yang terpenuhi. Zoning merupakan pembagian area sesuai dengan fungsinya. Zoning kemudian akan secara otomatis akan membuat sirkulasi dan penempatan ruang secara umum yang kemudian akan diolah untuk menjadi sebuah layout yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan ruang dan studi anthropometri. Untuk mendapatkan layout yang ideal, penulis membuat 3 alternatif layout keseluruhan yang dipergtimbangkan dari segi zoning, sirkulasi dan rencana desainnya. Setelah mendapatkan 3 alternatif layout, denah tersebut dinilai dan dipilih melalui proses *weighted method* yang dinilai dari beberapa aspek dengan beberapa parameter yang telah ditentukan untuk mendapatkan denah layout yang paling baik dan sesuai dengan tujuan desain.

## 4. Visualisasi Ruang

Visualisasi ruang merupakan tahapan yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana hasil dari perancangan interior pada objek yang ditentukan. Tahapan ini dimulai dari pembuatan sketsa sketsa yang tentunya sesuai konsep awal desain. Setelah ditemukan



beberapa alternative sketsa, kemudian dipilih desain mana yang paling baik. Kemudian akan dilanjutkan kepada proses pembuatan 3D Rendering untuk hasil yang lebih maksimal.

#### 5. Pembuatan Gambar Kerja

Pembuatan gambar kerja meliputi gambar teknik yang lengkap dengan spesifikasi, ukuran dan keterangan yang diperlukan dalam proses pelaksanaan. Gambar kerja yang dibuat tentunya harus sesuai dengan konsep awal dan hasil visualisasi ruang serta sesuai dengan studi literature mengenai dasar dasar dalam perancangan interior, khususnya gambar kerja.

#### 6. Pembuatan Animasi

Pembuatan animasi ini bertujuan untuk membuat hasil perancangan interior berupa visualisasi menjadi lebih nyata dan memiliki ruang.



*( Halaman ini sengaja dikosongkan )*



## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN DAN KONSEP DESAIN**

#### **4.1. Studi Pengguna**

##### **4.1.1. Karakteristik Pengguna**

Usaha retail alat tulis dan perlengkapan kantor memiliki sasaran untuk kalangan umum dengan berbagai latar belakang pekerjaan dan usia, yang terdiri dari :

- Pelajar
- Pengusaha
- Instansi Swasta
- Instansi Pemerintahan
- Institusi Pendidikan

Karakteristik pengunjung toko retail antara lain:

- Memiliki latar belakang usia yang beragam, mulai dari anak-anak sampai dewasa produktif. Umumnya, anak-anak sampai remaja yang berkunjung merupakan pelajar yang berbelanja keperluan sekolah mereka pada waktu siang sampai malam hari. Sedangkan pada pagi sampai sore hari, kebanyakan pengunjung merupakan orang dewasa yang mencari kebutuhan mereka ataupun instansi mereka.
- Berkunjung seorang diri dan beberapa yang berkelompok baik keluarga, teman sebaya, serta rekan kerja ( umumnya 2 sampai 3 orang )
- Berkunjung dalam jangka waktu yang relatif singkat
- Pada umumnya, pengunjung telah menentukan tujuan tertentu untuk membeli atau mencari kebutuhan mereka sebelum memutuskan untuk berkunjung ke toko



- Beberapa konsumen memiliki pertimbangan khusus berbelanja di toko retail PT. Gading Murni A.Yani, selain lokasi yang mudah dijangkau, juga kualitas dan kuantitas produk yang dijual, khususnya perlengkapan kantor.

#### **4.1.2. Segmentasi Pengguna**

PT. Gading Murni A.Yani merupakan toko retail yang menjual perlengkapan sekolah dan kantor dengan kualitas baik dan kuantitas jenis barang yang beragam. Selain itu, toko ini berada pada jalan utama antara Kota Surabaya dan Kota Sidoarjo, yang membuat toko PT. Gading Murni A.Yani memiliki lokasi yang strategis. Berdasarkan hasil wawancara dengan Manager toko, Ibu Rini Hartati SH, pengunjung toko sangatlah beragam, mulai dari anak-anak sampai dewasa. Barang yang terjual pun sangatlah beragam, mulai dari alat tulis dengan harga ribuan sampai dengan perlengkapan atau mesin untuk kantor dengan harga puluhan juta. Dari beberapa pernyataan dan observasi yang dilakukan, sasaran dari penjualan toko ini sangatlah beragam, dari kalangan menengah kebawah sampai menengah keatas.

### **4.2. Studi Aktivitas, Ruang, dan Fasilitas**

Aktivitas, ruang dan fasilitas pada perancangan ini meliputi beberapa objek utama, yang meliputi area toko retail, *coworking space*, dan kafe.

#### **4.2.1. Studi Aktivitas**

- Pengunjung  
Kepadatan pengunjung toko PT. Gading Murni A.Yani pada setiap waktunya cukup terlihat berbeda. Perbedaan juga cukup terlihat jelas pada hari kerja dan hari libur. Selain itu pada saat saat



tertentu seperti liburan tahun ajaran baru atau acara tertentu, toko menjadi ramai pengunjung.

Pada hari kerja, pengunjung cenderung ramai pada siang sampai sore hari. Pengunjung yang datang langsung menuju ke area display barang yang akan mereka beli, namun tak jarang juga ada yang mengunjungi area lain setelah menemukan barang yang mereka cari.

Pada hari libur, pengunjung yang datang tersebar mulai dari pagi sampai malam. Pada umumnya pada hari libur pengunjung merupakan keluarga. Beberapa dari mereka cenderung berbelanja lebih santai dan lebih ingin untuk berputar melihat lihat display barang di seluruh toko.

Dengan adanya penambahan fasilitas berupa *coworking space* dan kafe diharapkan adanya peningkatan jumlah pengunjung baik itu pada area *coworking space*, kafe maupun toko retailnya. Area *coworking space* dan kafe. Aktivitas pengunjung pada *coworking space*, kafe dan toko retail pada umumnya memiliki keterkaitan. Keterkaitan yang dimaksud adalah fasilitas tersebut memiliki fungsi yang saling melengkapi. Pada toko retail area furniture, disediakan beberapa produk katalog yang produknya dapat pengunjung temui pada area *coworking space* dan kafe. Kemudian bagi pengunjung yang ingin melihat dan mencoba furniture yang dijual, akan diarahkan ke lantai 2 dimana produk furniture nya di display dan dapat digunakan secara langsung.

- **Pengelola**

Pengelola toko PT.Gading Murni A.Yani bekerja mulai pagi hari sampai malam hari. Toko dibuka pada pukul 08.00 sampai pukul 21.00. Beberapa aktivitas yang dilakukan oleh pegawai toko adalah; absensi, menyimpan barang di loker, membuat laporan, melayani pengunjung, istirahat / makan siang, menata layout toko,





restock barang display, menerima tamu dan, menerima barang display dari produsen/pabrik. Area *coworking space* dan kafe dibuka dan ditutup sesuai dengan waktu toko. Karena pihak pengelola memiliki sumber daya manusia yang terbatas. Selain itu, juga untuk alasan keamanan toko.

#### 4.2.2. Kebutuhan Luas Ruang

Setiap ruang yang didesain memiliki kebutuhan luasan yang berbeda. Hal ini ditentukan dengan jumlah pengguna, kebutuhan sirkulasi, ukuran dan jumlah perabot furniture didalamnya. Berikut adalah table kebutuhan luas ruang pada toko retail PT.Gading Murni A.Yani beserta fasilitasnya.

**Tabel 4.1** Kebutuhan luas ruang  
Sumber : Dokumen penulis

No	Nama Ruang	Aktivitas	Furniture	Dimensi	Sirkulasi	Kebutuhan Ruang
1	Area Kasir	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membayar barang belanja</li> <li>• Menanyakan informasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meja Kasir</li> <li>• Rak Display Hanging</li> <li>• Meja Display</li> </ul>	$(1) \times (1,5 \times 0,6 \times 0,8) = 0,9 \text{ m}^2$ $(1) \times (1,5 \times 0,2 \times 1,2) = 0,3 \text{ m}^2$ $(6) \times (1,5 \times 0,6 \times 0,8) = 5,4 \text{ m}^2$	1:3	19,8
2	Area Alat Tulis Sekolah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melihat produk</li> <li>• Berbelanja</li> <li>• Berdiskusi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rak Display Lantai</li> </ul>	$(3) \times (3,0 \times 0,4 \times 1,5) = 3,6 \text{ m}^2$	1:3	10,8
3	Area Art Supply	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melihat produk</li> <li>• Berbelanja</li> <li>• Berdiskusi</li> <li>• Melihat demo &amp; mencoba produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rak Dinding</li> <li>• Meja Display</li> </ul>	$(7) \times (1,2 \times 0,4 \times 1,8) = 3,36 \text{ m}^2$ $(6) \times (1,5 \times 0,6 \times 0,7) = 5,4 \text{ m}^2$	1:3	26,3
4	Area Perlengkapan Sekolah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melihat produk</li> <li>• Berbelanja</li> <li>• Berdiskusi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Showcase</li> <li>• Meja Display</li> <li>• Rak dinding hanging</li> <li>• Round Display kolom</li> </ul>	$(4) \times (4,5 \times 0,8 \times 1,5) = 14,4 \text{ m}^2$ $(4) \times (1,5 \times 0,6 \times 0,7) = 3,6 \text{ m}^2$ $(1) \times (2,6 \times 0,5 \times 2,0) = 13 \text{ m}^2$ $(2) \times (1,6 \times 1,6 \times 2,0) = 5,12 \text{ m}^2$	1:3	46,4
5	Area Perlengkapan kantor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melihat produk</li> <li>• Berbelanja</li> <li>• Berdiskusi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rak Display Lantai</li> <li>• Rak Display</li> </ul>	$(14) \times (3,2 \times 0,5 \times 1,5) = 22,4 \text{ m}^2$ $(3) \times (3,5 \times 0,5 \times 1,5) = 5,25 \text{ m}^2$	1:3	82,95



			dinding			
6	Area Mesin Kantor	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melihat produk</li> <li>Berbelanja</li> <li>Berdiskusi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja Display</li> </ul>	$(5) \times (2,0 \times 0,5 \times 1,5) = 5 \text{ m}^2$	1:3	15
7	Area Furniture Kantor	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melihat produk</li> <li>Berbelanja</li> <li>Berdiskusi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja Display</li> </ul>	$(4) \times (2,5 \times 1,5 \times 0,7) = 15 \text{ m}^2$	1:3	45
8	Ruang Kerja Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengerjakan laporan</li> <li>Berdiskusi</li> <li>Istirahat &amp; Makan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja Kerja</li> <li>Kursi Kerja</li> <li>Lemari</li> </ul>	$(8) \times (1,5 \times 0,6 \times 0,7) = 7,2 \text{ m}^2$ $(8) \times (0,5 \times 0,5 \times 0,45) = 2 \text{ m}^2$ $(2) \times (1,5 \times 0,6 \times 2,0) = 1,8 \text{ m}^2$	1:2	12,8
9	Ruang Kerja Manager	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menerima tamu</li> <li>Mengerjakan laporan</li> <li>Berdiskusi</li> <li>Istirahat dan makan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja Kerja</li> <li>Kursi Direktur</li> <li>Kursi Tamu</li> <li>Lemari</li> </ul>	$(2) \times (1,8 \times 0,8 \times 0,7) = 2,88 \text{ m}^2$ $(2) \times (0,5 \times 0,5 \times 0,5) = 0,5 \text{ m}^2$ $(4) \times (0,5 \times 0,5 \times 0,45) = 1 \text{ m}^2$ $(2) \times (1,5 \times 0,6 \times 2,0) = 1,8 \text{ m}^2$	1:2	7,98
10	Gudang	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menerima dan Menyimpan barang stok</li> <li>Mengecek barang</li> </ul>		-		
11	Area Staging Display Furniture	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melihat display furniture</li> <li>Berdiskusi</li> <li>Melihat katalog produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja Bermain</li> <li>Stool</li> <li>Storage</li> </ul>	$(1) \times (2,7 \times 1,2 \times 0,6) = 3,24 \text{ m}^2$ $(6) \times (0,5 \times 0,5 \times 0,45) = 1,5 \text{ m}^2$ $(1) \times (3,0 \times 0,5 \times 0,8) = 1,5 \text{ m}^2$	1:2	12,48
12	Area Display Buku	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melihat produk</li> <li>Berbelanja</li> <li>Berdiskusi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rak display dinding</li> <li>Rak display lantai</li> <li>Storage display buku</li> </ul>	$(7) \times (2 \times 0,4 \times 1,5) = 5,6 \text{ m}^2$ $(4) \times (2,0 \times 0,5 \times 1,5) = 4 \text{ m}^2$ $(2) \times (2,0 \times 1,5 \times 0,7) = 6 \text{ m}^2$	1:3	46,8
13	Area MISC	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melihat produk</li> <li>Berbelanja</li> <li>Berdiskusi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rak display lantai</li> </ul>	$(8) \times (2,5 \times 0,6 \times 1,5) = 12 \text{ m}^2$	1:3	36
14	Foyer	<ul style="list-style-type: none"> <li>Datang</li> <li>Istirahat</li> <li>Menunggu</li> <li>Berdiskusi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kursi Tunggu</li> </ul>	$(2) \times (2,5 \times 0,6 \times 0,4) = 3 \text{ m}^2$	1:3	9
15	Lobby & Resepsionis Area Lantai 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Datang</li> <li>Menunggu</li> <li>Berdiskusi</li> <li>Reservasi</li> <li>Menanyakan informasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja resepsionis</li> <li>Kursi resepsionis</li> </ul>	$(1) \times (4,5 \times 0,8 \times 0,8) = 3,6 \text{ m}^2$ $(2) \times (0,5 \times 0,5 \times 0,45) = 0,5 \text{ m}^2$	1:3	12,3
16	Lounge	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bersantai</li> <li>Berdiskusi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Custom Seat</li> </ul>	$(1) \times (6,5 \times 6,5 \times 0,5) = 42,25$	1:3	126,75
17	Ruang rapat	<ul style="list-style-type: none"> <li>Berdiskusi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja rapat</li> <li>Kursi rapat</li> <li>Storage</li> </ul>	$(1) \times (1,6 \times 0,9 \times 0,7) = 1,44 \text{ m}^2$ $(4) \times (0,5 \times 0,5 \times 0,45) = 1 \text{ m}^2$ $(1) \times (2,0 \times 0,5 \times 0,8) = 1 \text{ m}^2$	1:2	6,88
18	Area Kerja	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bekerja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja kerja</li> </ul>	$(20) \times (1,5 \times 0,6 \times 0,7) = 18 \text{ m}^2$	1:3	109,5

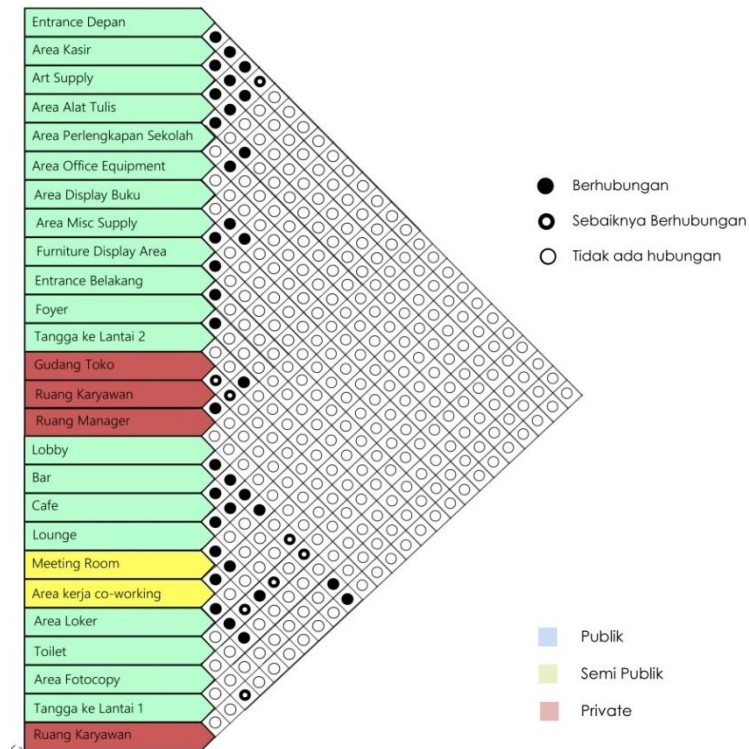


		<ul style="list-style-type: none"> <li>Berdiskusi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kursi kerja</li> <li>Sofa</li> </ul>	$(20) \times (0,5 \times 0,5 \times 0,45) = 5 \text{ m}^2$ $(15) \times (1,5 \times 0,6 \times 0,5) = 13,5 \text{ m}^2$		
19	Toilet	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buang Air</li> <li>Cuci tangan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wastafel</li> <li>Toilet</li> </ul>	$(2) \times (1,5 \times 0,8 \times 0,7) = 2,4 \text{ m}^2$ $(3) \times (0,5 \times 0,5 \times 0,45) = 0,75 \text{ m}^2$	1:2	6,3
20	Area Bar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melayani Customer</li> <li>Memesan makanan/minuman</li> <li>Berbincang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konter</li> <li>Meja bar</li> <li>Kursi bar</li> <li>Meja utilitas</li> </ul>	$(1) \times (3,7 \times 0,8 \times 0,8) = 2,96 \text{ m}^2$ $(1) \times (3,65 \times 0,5 \times 1,0) = 1,83 \text{ m}^2$ $(4) \times (\text{diameter } 0,4 \times 0,8) = 0,5 \text{ m}^2$ $(1) \times (1,5 \times 0,8 \times 0,8) = 1,2 \text{ m}^2$	1:2	12,98
21	Area Makan 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bersantai</li> <li>Makan &amp; Minum</li> <li>Berbincang</li> <li>Melihat katalog produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meja hadap jendela</li> <li>Kursi bar</li> <li>Meja makan</li> <li>Kursi makan</li> <li>Sofa</li> </ul>	$(1) \times (3,8 \times 0,5 \times 1,0) = 1,9 \text{ m}^2$ $(4) \times (\text{diameter } 0,4 \times 0,8) = 0,5 \text{ m}^2$ $(4) \times (0,9 \times 0,8 \times 0,7) = 2,88 \text{ m}^2$ $(4) \times (0,5 \times 0,5 \times 0,45) = 1 \text{ m}^2$ $(1) \times (4,5 \times 0,7 \times 0,45) = 3,15 \text{ m}^2$	1:3	28,29
22	Area Makan 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bersantai</li> <li>Makan &amp; Minum</li> <li>Berbincang</li> <li>Melihat katalog produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Round table</li> <li>Stool</li> <li>Meja makan</li> <li>Kursi makan</li> </ul>	$(2) \times (\text{diameter } 0,9 \times 0,7) = 1,27 \text{ m}^2$ $(8) \times (\text{diameter } 0,5 \times 0,45) = 1,5 \text{ m}^2$ $(12) \times (0,9 \times 0,8 \times 0,7) = 8,64 \text{ m}^2$ $(24) \times (0,5 \times 0,5 \times 0,45) = 6 \text{ m}^2$	1:3	52,23
23	Wastafel	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cuci tangan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wastafel</li> </ul>	$(2) \times (2,0 \times 0,5 \times 0,8) = 2 \text{ m}^2$	1:2	4

### 4.3 Studi Hubungan Ruang

#### 4.3.1 Matriks Hubungan Ruang

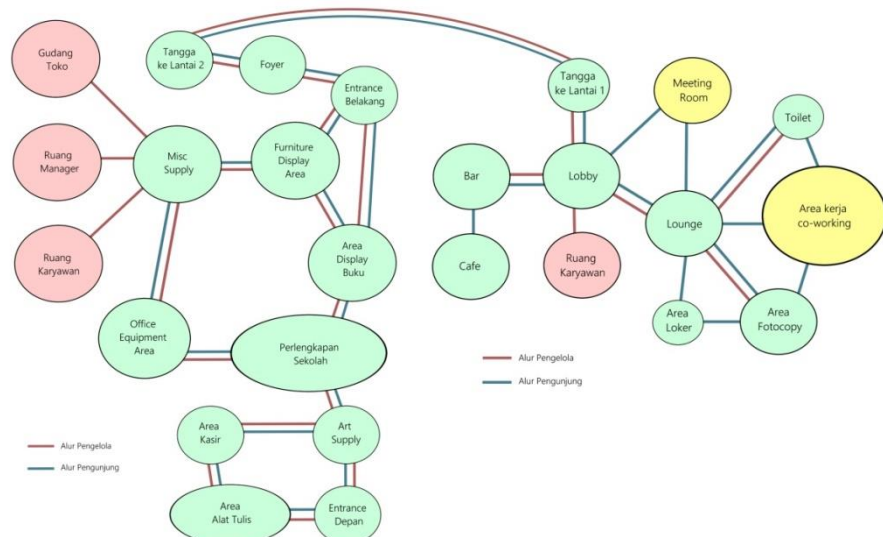
Terdapat beberapa ruangan dan area pada toko retail PT. Gading Murni A.Yani dan fasilitasnya yaitu coworking space dan café. Ruangan tersebut memiliki hubungan ruang yang memiliki sifat berbeda satu sama lain dengan ruangan lainnya. Berikut adalah matriks hubungan ruang pada obyek perancangan ini :



**Bagan 4.1** Matriks hubungan ruang  
Sumber : Dokumen penulis

#### 4.3.2 Bubble Diagram

Sirkulasi dari setiap ruangan ke ruangan lainnya memiliki alur tertentu. Beberapa diantaranya memiliki alur yang berbeda untuk pengelola dan pengunjung. Berikut merupakan alur sirkulasi pada objek perancangan PT. Gading Murni A.Yani.



**Bagan 4.2** Bubble Diagram Lantai 1  
Sumber : Dokumen penulis



#### 4.4. Analisa Riset

Penulis telah melakukan riset dengan objek PT.Gading Murni A.Yani Surabaya dengan metode pengumpulan data berupa observasi dan wawancara. Penelitian ini dimulai dari Bulan September hingga November 2017. Pengumpulan data ini bertujuan untuk mengetahui kondisi eksisting mengenai toko retail PT. Gading Murni A.Yani Surabaya. Hasil observasi yang dilakukan oleh penulis adalah berupa pengamatan mengenai eksisting desain interior toko retail dan perilaku konsumen saat sedang berbelanja. Desain interior toko retail ini masih terkesan datar dan kurang informatif mengenai zoning barang yang didisplay. Selain itu desain ruangan yang datar, model display yang biasa dan alur sirkulasi yang kurang tertata menyebabkan toko menjadi kurang menarik. Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan, data tersebut kemudian dianalisa untuk dijadikan sebuah latar belakang dan rumusan masalah yang akan diselesaikan. Setelah mengumpulkan data mengenai permasalahan dan mendapatkan tujuan yang diinginkan, penulis membuat hipotesa mengenai bagaimana cara untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Hipotesa ini berisi tentang bagaimana cara untuk memajukan kondisi toko retail menjadi lebih baik, yang didapatkan melalui penambahan fasilitas dan desain interior toko yang ideal untuk toko retail PT. Gading Murni A.Yani Surabaya. Hasil riset yang didapat tentunya juga diperkuat dengan beberapa hasil wawancara kepada beberapa responden dan juga manager toko retail PT. Gading Murni A.Yani. Berikut adalah hasil wawancara kepada manager toko PT. Gading Murni Ahmad Yani Surabaya.

**Tabel 4.2** Hasil wawancara  
Sumber : Dokumen penulis

No	Pertanyaan	Jawaban
	Bagaimana keadaan toko saat ini ? (konsumen, Layout dan display, fasilitas)	Konsumen kebanyakan dari institusi atau organisasi kantor, sekolah, perusahaan swasta maupun pemerintah, selain itu ada juga pengunjung seperti anak sekolah,



		kuliah, dan keluarga. Barang banyak dan lengkap namun belum terlayout dan terdisplay dengan baik. Untuk fasilitas penunjang belum ada.
	Apakah keadaan tersebut sudah ideal untuk toko tersebut ?	Untuk beberapa tahun lalu sih iya, namun untuk saat ini dan kedepannya masih terkesan jadul, dikarenakan persaingan yang semakin ketat ditambah lagi dengan online shop yang sedang gempar.
	Apa yang kurang di took GM A.Yani ?	Kurangnya fasilitas penunjang yang bias membuat konsumen dating dan betah di took, layout dan display yang kurang baik dan menarik.
	Apa saingan/masalah/isu yang dihadapi oleh GM ?	Online shop dan took retail lain. Karena dengan adanya online shop konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya atau usaha lebih untuk pergi ke took, meskipun masih banyak kekurangannya, seperti tidak adanya badan hokum yang mengikat, dan kadang barang yang dibeli tidak sesuai ekspektasi ataupun yang tertera di foto. Tapi GM masih tetap optimis karena untuk took retail perlengkapan kantor terlengkap, di Indonesia, Gading Murni termasuk perusahaan raksasa (firsthand importir).
	Apa yang menjadi kelebihan toko GM ?	Telah dikenal oleh orang orang terdahulu sebagai took alat tulis yang bergerak khusus memang di kegiatan distribusi alat tulis dan perlengkapan kantor sejak tahun 1948. Pabrik sendiri, importer firsthand, perlengkapan kantor terlengkap. Dikarenakan kurang branding, nama GM kurang eksis karena dari dulu memang focus pada bidang distribusi, sehingga



		desain tokonya tidak terlalu diperhatikan. Namun dari kegiatan tersebut, GM memiliki link yang sangat baik dengan pelaku ekonomi lainnya, mulai dari pabrik, reseller, customer, sampai pemerintah.
	Bagaimana sejarah GM?	Dulunya bernama Leeven, lalu ganti menjadi Gading Murni sejak ada nya kebijakan pemerintah pada masa kepemimpinan Presiden Soeharto, dan sampai sekarang memiliki 10 Cabang took. Franchise nya bernama ATK MART. Toko Pertama di Jalan Tunjungan. Untuk GM A.Yani telah berdiri selama 30 Tahun.
	Fasilitas apa yang ingin ditambahkan di GM A.Yani ?	Ingin fasilitas yang dapat membuat suasana took menjadi homey, tidak sekedar hanya untuk berbelanja, namun customer tertarik untuk datang dan betah melakukan kegiatan melalui fasilitas yang disediakan, misalnya; café, reading area, gallery art, atau lantai 2 yang dibuat shared office.
	Apa Tujuan/Rencana/Impian jangka panjang untuk GM?	Membuat GM A.Yani sebagai pusat perbelanjaan dengan fasilitas one stop shopping untuk office equipment. Karena dengan lokasinya yang strategis, yang dibutuhkan adalah konsep dan desain yang menarik sehingga toko tersebut bias hidup mengikuti perkembangan zaman

Hasil wawancara kemudian dijadikan pertimbangan bahwa coworking space dan café merupakan penambahan fasilitas yang cocok untuk toko retail tersebut. Selain itu, dari data wawancara dan studi literature yang telah didapatkan oleh penulis, menyatakan dengan menerapkan konsep urban – kreatif tujuan desain akan dapat tercapai.

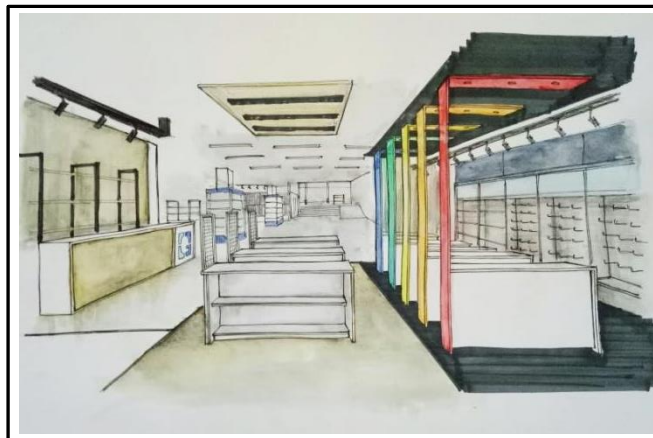


## 4.5. Konsep Makro

### 4.5.1 Urban Style

Langgam Urban adalah desain yang diciptakan untuk mengakomodasi gaya hidup masyarakat perkotaan yang aktif dan dinamis. Langgam Urban adalah desain modern yang memiliki ciri khas sebagai berikut :

- Desain ruangan dan furniture yang bersifat *compact*
- Menggunakan material olahan atau industri modern
- Ruangan memiliki kesan seperti rumah tinggal
- Memaksimalkan pencahayaan alami
- Memiliki penghawaan yang ideal
- Menggunakan material alam sebagai aksen



**Gambar 4.1** Sketsa perspektif area toko  
Sumber : Dokumentasi penulis

Desain urban yang akan diterapkan pada toko retail dan fasilitas yang ada pada toko PT. Gading Murni A.Yani diterapkan agar tujuan desain dapat tercapai. Desain ruangan dan pemilihan furniture yang bersifat *compact* area toko akan menjadi lebih tertata. Setiap area display dengan jenis yang sama didesain menjadi kesatuan. Selain itu, desain urban juga akan membuat pengunjung





merasa lebih nyaman. Alasan lain memilih desain urban untuk diaplikasikan pada fasilitas nya adalah kesesuaiannya dengan selera pengunjung yakni pelaku bisnis start-up yang mayoritas adalah anak muda.



**Gambar 4.2** Sketsa perspektif area cafe  
Sumber : Dokumentasi penulis

Pada area café dan coworking space, desain urban diterapkan untuk menciptakan kenyamanan pengunjung layaknya di rumah sendiri, pemilihan warna cenderung mendekati monokrom dari hitam ke putih. Penggunaan pencahayaan alami sangat dimaksimalkan pada pagi hari dengan pengaplikasian jendela yang lebar. Penggunaan material berupa material industri namun furniture tetap terlihat ringan.



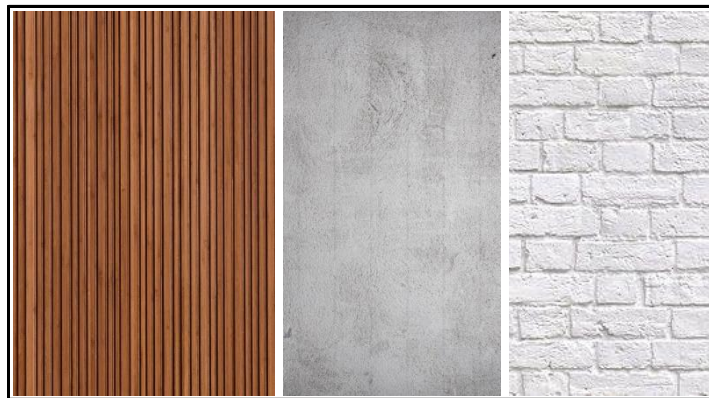
**Gambar 4.3** Perspektif view area coworking space  
Sumber : Dokumentasi penulis



## 4.6. Konsep Mikro

### 4.6.1. Dinding

Konsep dinding yang akan diterapkan pada perancangan ini adalah dinding dengan material yang menonjolkan tekstur dengan penggunaan warna yang tidak mencolok dan dipadukan dengan teknik lighting yang sesuai. Penggunaan material dinding pada umumnya adalah material industrial dengan perpaduan material alami seperti kayu untuk menghadirkan elemen alam didalam ruangan. Finishing yang digunakan adalah warna warna yang mendekati monokrom hitam ke putih dengan warna terang yang dominan sehingga ruangan terkesan bersih. Beberapa bagian dinding juga akan diberi mural atau wallpaper sebagai *point of view* atau aksen ruangan. Dinding kaca juga akan diterapkan pada area coworking space seperti pada ruang rapat dan area toko pada bagian depan. Dinding kaca ini kemudian akan diberi treatment berupa cutting stiker untuk memberikan fungsi tertentu seperti menjaga privasi maupun menghadirkan branding perusahaan.



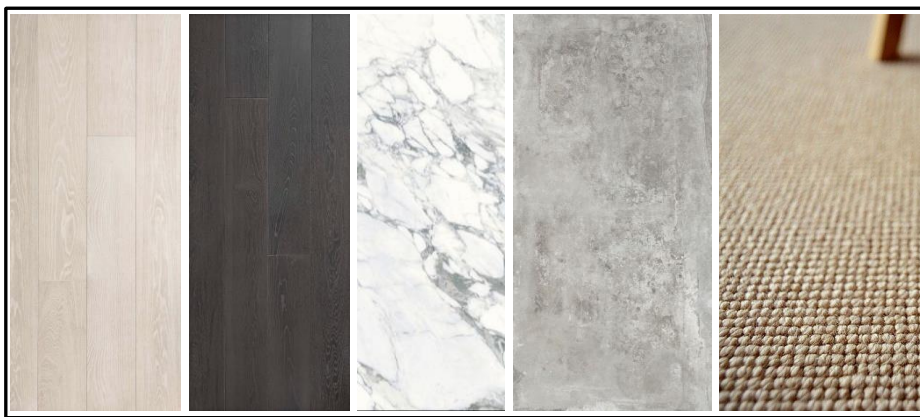
**Gambar 4.4** Dinding panel kayu, aci, dan bata tempel  
Sumber : <https://id.pinterest.com>

### 4.6.2. Lantai

Konsep lantai yang digunakan dalam perancangan ini adalah penggunaan material lantai yang beragam dengan komposisi tertentu untuk menciptakan zoning area yang telah dibuat. Material lantai yang



digunakan memiliki warna yang tidak mencolok, bermotif alami dan tidak menonjol. Beberapa material lantai yang digunakan tidak hanya sebatas untuk menciptakan visualisasi yang baik namun juga berfungsi sebagai zoning (fixed placed) dan wayfinding sirkulasi pada objek desain seperti komposisi material lantai bersifat doff dan glossy. Pada beberapa bagian atau spot ruangan, lantai diberi aksentuasi berupa warna mencolok atau material tertentu.



**Gambar 4.5** Lantai parker, marmer, beton dan karpet  
Sumber : <https://id.pinterest.com>

#### 4.6.3. Plafon

Konsep plafon yang digunakan dalam perancangan ini memiliki tujuan untuk memperkuat zoning area yang telah dibuat, melalui perbedaan warna maupun material plafon. Material yang digunakan merupakan material doff dengan warna warna yang tidak mencolok (monokrom hitam ke putih/ saturasi rendah). Selain itu juga menggunakan plafon dengan material alam untuk memberikan nuansa santai dan hangat. Pada beberapa area, terdapat penerapan down ceiling untuk memberikan fokus lebih pada area yang ingin ditonjolkan, selain itu untuk memberikan suasana intim dalam bekerja pada coworking space



**Gambar 4.6** Plafon kayu, gypsum, dan beton  
Sumber : <https://id.pinterest.com>

#### 4.6.4. Furniture

Furniture yang digunakan memiliki bentukan geometris dan cenderung sederhana. Furniture memiliki kesan ramping pada bagian kakinya dan menggunakan material material industri seperti multiplek, stainless steel, dan plastic.

Beberapa furniture yang digunakan pada area coworking space dan café merupakan produk yang dijual oleh PT. Gading Murni, sehingga pengunjung dapat mencoba menggunakan produk yang dijual sekaligus beraktivitas yang dapat dilihat dengan adanya price tag dan produk catalog pada setiap produk furniture yang ada. Strategi ini digunakan untuk menghemat lahan/area display pada lantai 1 sekaligus sebagai media promosi dan branding produk dari PT. Gading Murni A.Yani.



**Gambar 4.7** Furniture kursi, rak display dan meja kerja  
Sumber : <https://id.pinterest.com>

Bentukan yang akan diterapkan pada furniture perancangan ini adalah bentukan yang geometris yang diambil dari bentukan logo PT.



Gading Murni . Bentuk geometris ini akan diaplikasikan pada furniture, zoning, dan beberapa motif atau tampilan material yang digunakan. Bentuk geometris ini diterapkan untuk mendukung kemudahan alur sirkulasi dan memberikan kesan rapi pada ruangan.



**Gambar 4.8** Transformasi Logo PT. Gading Murni menjadi bentuk dasar  
Sumber : <https://id.pinterest.com>

#### 4.6.5. Elemen Estetis

Elemen estetis pada perancangan ini digunakan untuk menciptakan suatu *point of interest* atau elemen interior yang unik untuk menciptakan suasana baru atau memberikan dampak emosi kepada pengunjung. Selain itu juga juga berperan sebagai signage dan wayfinding dalam zoning area dan alur sirkulasi pengunjung.

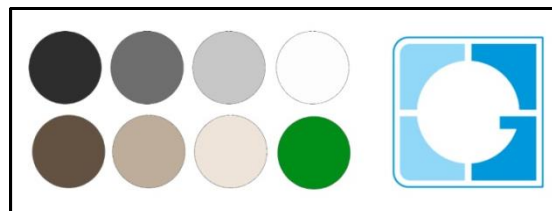
Elemen estetis yang akan digunakan memiliki warna yang cenderung kontras atau berupa aksentuasi dengan area sekitar. Beberapa diantaranya juga akan dipadukan dengan warna hijau tanaman untuk memberikan nuansa segar kepada penggunaanya.



**Gambar 4.9** Post-it Wall, Partisi Tanaman Mural Tipografi  
Sumber : <https://id.pinterest.com>

#### 4.6.6. Warna

Konsep warna yang akan diterapkan pada perancangan ini adalah penggunaan warna dominan monokrom dari hitam ke putih dan warna warna dengan saturasi rendah. Selain itu juga warna material alam seperti coklat kayu dan hijau daun yang berperan memberikan nuansa segar pada ruangan. Warna warna mencolok juga diaplikasikan pada beberapa elemen estetis atau sudut ruangan sebagai dekorasi dan *point of interest* atau aksentuasi. Warna biru dari corporate identity juga akan diaplikasikan pada beberapa bagian furniture dan elemen estetis pada perancangan ini.



**Gambar 4.10** Konsep Pemilihan Warna  
Sumber : Dokumentasi Penulis (2018)

#### 4.6.7 Konsep Pencahayaan

Konsep pencahayaan yang akan diterapkan pada perancangan ini adalah memaksimalkan pencahayaan alami sebisa mungkin pada pagi sampai sore hari. Penggunaan jendela yang lebar dan tersebar akan membuat ruangan menjadi lebih natural serta memberi kesan seperti di rumah. Selain menggunakan pencahayaan alami, objek desain juga menggunakan pencahayaan buatan dengan general light, task light, dan juga hidden lamp. Selain itu lampu gantung juga diaplikasikan pada beberapa spot ruangan yang sekaligus berfungsi sebagai elemen estetis. Sorot lampu pada display bersifat cukup fleksible khususnya lampu spot dengan railing sehingga cahaya lampu pada display dapat mengikuti perubahan saat itu





**Gambar 4.11** Lampu Gantung, lampu spot dan hidden lamp

Sumber : Sumber : <https://id.pinterest.com> (Akses : 05/12/2017, 23:00 WIB)

#### 4.6.8 Konsep Penghawaan

Konsep penghawaan yang akan diaplikasikan adalah memaksimalkan penghawaan buatan untuk mencapai kondisi yang ideal. Penghawaan buatan yang digunakan antara lain adalah AC Cassette untuk area toko retail, dan public area coworking space, dan AC Split Duct untuk Café dan beberapa ruangan pada coworking space.



**Gambar 4.12** AC cassette, split wall dan floor standing

Sumber : <http://hargareview.com/jenis-jenis-ac> (Akses : 05/12/2017, 12:41 WIB)

#### 4.6.9 Konsep Keamanan

Konsep keamanan yang dibutuhkan pada objek desain ini adalah sistem proteksi pencurian dan kebakaran. Sistem proteksi untuk pencurian adalah menggunakan CCTV Dome yang disebarkan pada sudut ruangan pada area toko retail, café dan coworking space. Untuk sistem proteksi terhadap kebakaran, sprinkler akan diaplikasikan tersebar pada lantai 2 saja. Selain itu juga menempatkan APAR pada



beberapa tempat khususnya pada lantai 1 bagian toko. Alasan untuk tidak menempatkan sprinkler pada lantai 1 karena barang yang dijual pada umumnya adalah bahan yang tidak tahan air, sehingga pada lantai 1, proteksi keamanan yang digunakan hanya menggunakan APAR.



**Gambar 4.13** *Sprinkler, APAR, dan CCTV Dome*

Sumber : <http://image.google.com> (Akses : 05/12/2017, 22.50 WIB)





*( Halaman ini sengaja dikosongkan )*

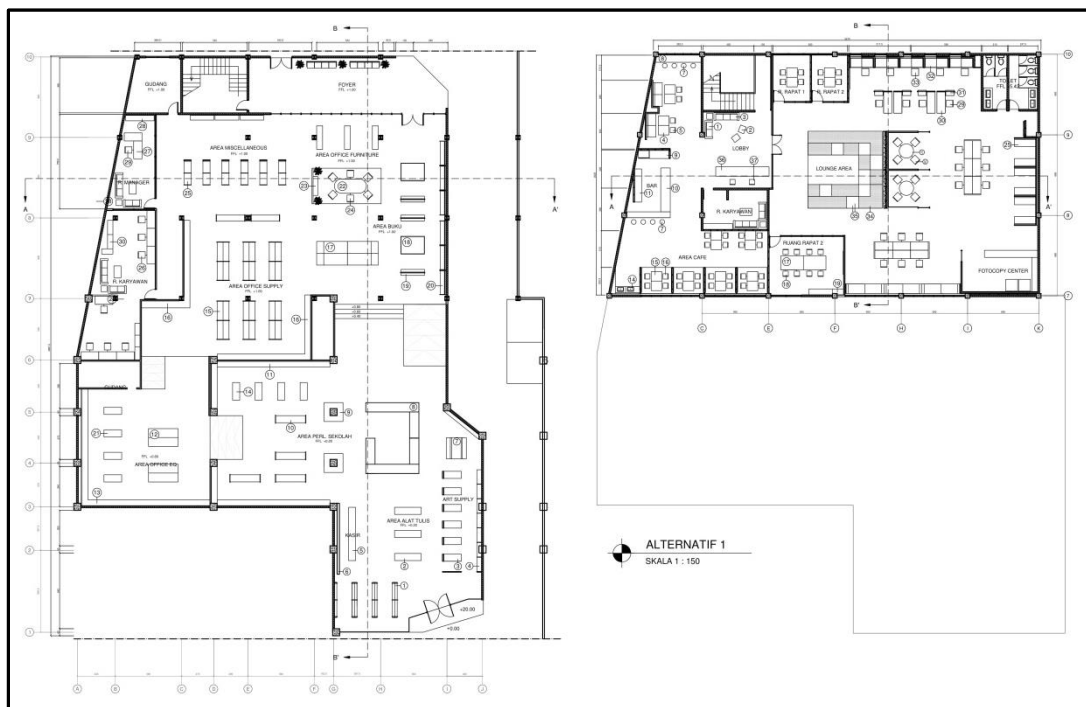
## BAB V

### PROSES DAN HASIL DESAIN

#### 5.1 Alternatif Layout

Alternatif layout dibuat berdasarkan analisa dari bab sebelumnya, meliputi studi eksisting bangunan, analisa pengguna, studi aktifitas dan kebutuhan ruang, dan studi hubungan antar ruang. Beberapa alternatif layout yang telah dibuat kemudian akan dipilih melalui *weighted method* yang telah ditentukan kriterianya untuk mengetahui layout mana yang paling optimal.

##### 5.1.1 Alternatif Layout 1



**Gambar 5.1** Alternatif Layout 1  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Pada alternatif 1, area toko telah memenuhi kebutuhan barang display untuk produk PT. Gading Murni. Akses masuk pengunjung terdapat pada bagian depan dan juga bagian belakang. Untuk akses ke lantai 2 terdapat di luar area toko, sehingga pengunjung dapat langsung memasukinya tanpa harus memasuki area toko terlebih dahulu. Area depan toko terdiri dari area kasir, lobby,

Lantai 2 difungsikan sebagai area café dan juga coworking space dengan konsep showroom. Pada alternatif 1, pengunjung yang menaiki lantai 2 akan langsung bertemu dengan area lobby dan resepsionis. Area lobby ini adalah bagian yang membatasi area café dan area coworking space. Showroom pada café ditujukan untuk pengunjung toko yang ingin melihat dan mencoba produk furniture PT.Gading Murni secara langsung yang bukan pengguna coworking space sehingga privasi pengguna coworking space tetap terjaga dengan baik. Pada alternatif 1 café dapat menampung pengunjung sebanyak 40 orang. Untuk area kerja coworking dan area lounge memiliki kapasitas kurang lebih sebanyak 50 orang dan 3 ruang rapat (2 ruang rapat berkapasitas 4 orang, dan 1 ruang rapat berkapasitas 8 orang ). Terdapat juga area fotocopy center yang terletak di sudut ruang coworking space.

Architectural floor plan of the first floor of the Faculty of Architecture building. The plan shows a large central hall with a staircase, surrounded by various rooms and corridors. The rooms are labeled with numbers 1 through 10. The plan is titled "ALTERNATIF 2" and "SKALA 1 : 150".

80

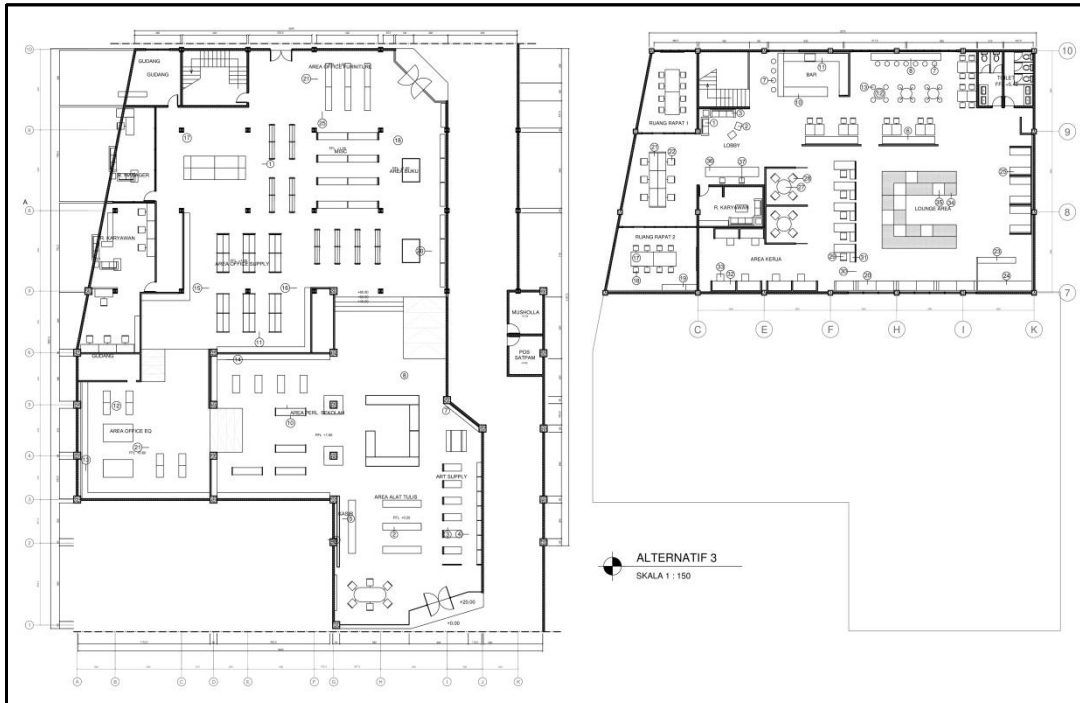


Pada alternatif 2 zoning pada area toko retail telah tertata rapi dan juga telah memenuhi kebutuhan luas rak untuk barang display. Pada area depan toko, terdapat staging display untuk produk furniture, area kasir, dan art supply. Pada area tengah toko terdapat area stationery, perlengkapan sekolah dan mesin kantor. Sedangkan pada bagian belakang toko adalah area perlengkapan kantor dan kebutuhan grosir. Pada alternatif 2 ini, akses menuju lantai 2 berada pada bagian dalam toko tepat berhadapan dengan area display barang serba guna. Terdapat pintu tambahan pada area belakang toko sehingga pengunjung tidak perlu memutar jauh untuk langsung menuju ke lantai 2.

Pada lantai 2, pengunjung yang datang langsung bertemu dengan area lobby dan resepsionis. Area bar dan coworking space menjadi satu area kesatuan, sedangkan area café dipisahkan sendiri. Zoning ini dilakukan agar pengguna coworking space dapat langsung mengakses area bar secara langsung, namun kendalanya adalah pengunjung yang bukan pengguna coworking mungkin dapat mengganggu privasi pengguna coworking saat hendak menggunakan area bar. Kapasitas area café pada alternatif 2 ini adalah 44 orang dan untuk coworking space berjumlah kurang lebih 45 orang. Coworking space juga difasilitasi dengan 3 ruang rapat yang saling bersebelahan, lounge area dan fotocopy center pada ujung ruangan.



### 5.1.3 Alternatif Layout 3



**Gambar 5.3** Alternatif Layout 3  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Pada alternatif 3, area toko retail memiliki susunan zoning yang sama dengan alternatif 2. Perbedaannya, adalah penggunaan rak dan pengaturan letaknya. Pada area belakang toko, rak yang digunakan berupa rak tinggi karena benar benar difokuskan untuk barang barang yang bersifat grosir. Untuk mengakses lantai 2, pengunjung juga harus memasuki area toko terlebih dahulu.

Pada lantai 2 area bar dan café menjadi fokus tujuan utama bagi pengunjung maupun pengguna coworking space. Pengunjung yang datang ke lantai 2 langsung berhadapan dengan area bar dan dapat langsung melihat suasana café. Pada alternatif 3 ini area café berada pada bagian tengah lantai 2 yang membuat zoning coworking space terpecah menjadi 2 bagian. Bagian kiri difungsikan sebagai ruang rapat dan bagian kanan sebagai area kerja. Lobby resepsionis coworking berada di tengah tengah kedua area tersebut. Keuntungan dari alternatif ini adalah area kafe menjadi lebih menonjol dan memiliki kapasitas lebih yaitu sebanyak 50



orang. Namun kekurangannya adalah zoning coworking space yang menjadi kurang baik, serta privasi pengguna yang kurang terjaga.

#### 5.1.4 Pemilihan Alternatif Layout

Alternatif layout 1, 2, dan 3 akan diseleksi menggunakan *weighted method* untuk memilih layout yang paling sesuai dengan kriteria. Berikut adalah table kriteria yang digunakan dan hasil dari *weighted method*.

Kriteria	Sirkulasi	Zoning	Kapasitas	Hasil	Ranking	Mark	Bobot
Sirkulasi	-	1	1	2	I	100	0,37
Zoning	0	-	1	1	II	90	0,33
Kapasitas	0	0	-	0	III	80	0,30
<b>Overall Value</b>						270	1

**Tabel 5.1** Kriteria *Weighted Method*

Keterangan: 1 = lebih penting, 0 = tidak lebih penting, - = tidak dapat dibandingkan

Sumber : Dokumentasi Penulis (2017)

Kriteria	Bobot	Parameter	Alternatif 1			Alternatif 2			Alternatif 3		
			Magnitude	Score	Value	Magnitude	Score	Value	Magnitude	Score	Value
Sirkulasi	0,37	Komposisi Furnitur	Good	8	2,96	Good	8	2,96	Good	8	2,96
		Alur Pengunjung	Very Good	9	3,33	Good	7	2,59	Good	7	2,59
Zoning	0,33	Jelas dan rapi	Good	8	2,64	Good	7	2,31	Good	7	2,31
Kapasitas	0,3	Jumlah Pengguna café dan coworking space	Good	8	2,4	Good	7	2,1	Very Good	9	2,7
		Jumlah Produk yang didisplay	Good	8	2,4	Good	8	2,4	Good	8	2,4
Overall Value Utility			13,73			12,36			12,96		

**Tabel 5.2** Hasil Akhir *Weighted Method*

Keterangan: 0 – 5 = *poor*, 6 – 8 = *good*, 9 – 10 = *very good*

Sumber : Dokumentasi Penulis (2017)



Dari perhitungan dengan *weighted method* di atas, diketahui bahwa layout terpilih adalah alternatif layout 1. Alternatif layout 3 memiliki nilai tertinggi dalam nilai total ketiga kriteria yaitu kriteria Sirkulasi, Zoning, dan Kapasitas.

## 5.2 Pengembangan Alternatif Layout Terpilih



**Gambar 5.4** Layout Terpilih  
Sumber : Dokumentasi Penulis

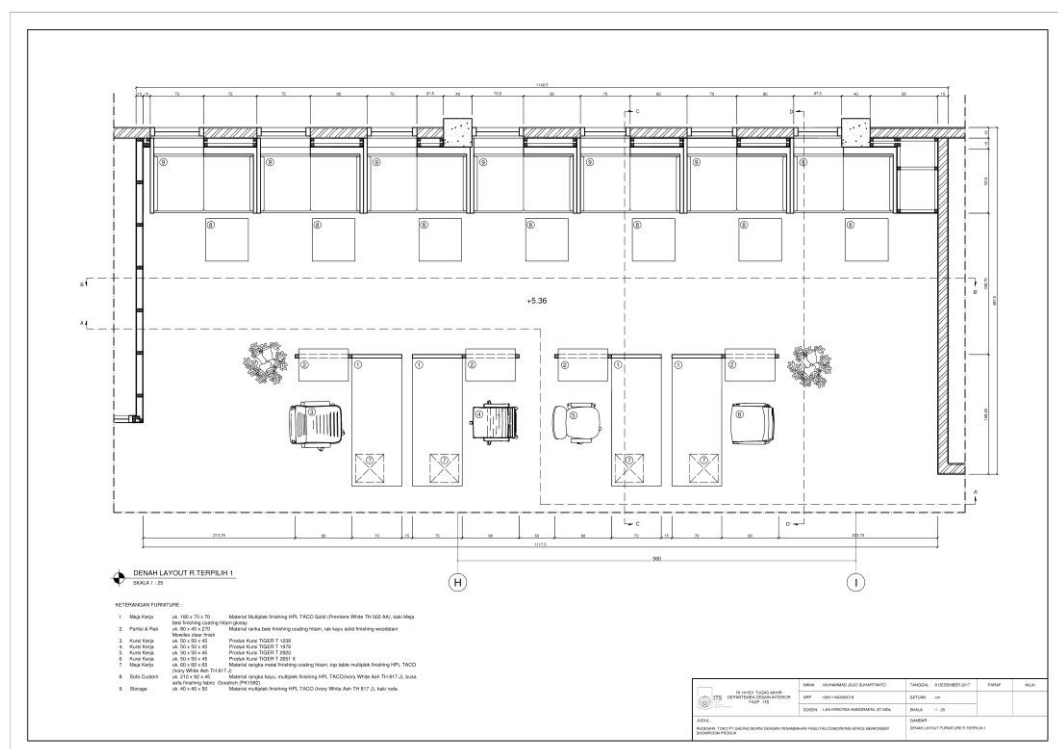
Pada alternatif layout terpilih, terdapat beberapa pengembangan untuk menjadikan layout menjadi lebih optimal. Pada area toko retail terdapat beberapa perubahan penggunaan dan tatanan furniture. Pada area art supply, sirkulasi menjadi lebih luas dengan pengurangan meja display. Selain itu juga adanya perubahan pada area display furniture pada bagian belakang toko, khususnya pada model displaynya. Beberapa perubahan tatanan rak juga dilakukan untuk memberikan alur yang baik untuk para pengunjung. Showroom kecil juga ditambahkan pada area tengah toko di sebelah tangga dengan memanfaatkan sisa ruang yang tidak terpakai.



Pada lantai 2, dilakukan pengembangan layout untuk memberikan kenyamanan bekerja lebih pada pengguna coworking space. Dilakukan pengelompokan ulang untuk area kerja coworking space bagi yang bekerja sendiri dan juga bekerja secara berkelompok. Selain itu, area fotocopy center dipindahkan ke area tengah tepatnya dibelakang lounge sehingga pengguna coworking space dari berbagai area dapat dengan mudah mengakses fotocopy center. Pada beberapa bagian dilakukan pengurangan kapasitas pengguna untuk memberikan kenyamanan lebih kepada para pengguna. Pada pengembangan layout ini, kapasitas pengguna café adalah 40 orang, dan pengguna coworking adalah 45 orang pengguna serta 3 ruang rapat berkapasitas 16 orang (2 ruang rapat berkapasitas masing-masing 4 orang dan 1 ruang rapat berkapasitas 8 orang).

### 5.3 Pengembangan Desain Ruang Terpilih 1

#### 5.3.1 Layout Furnitur



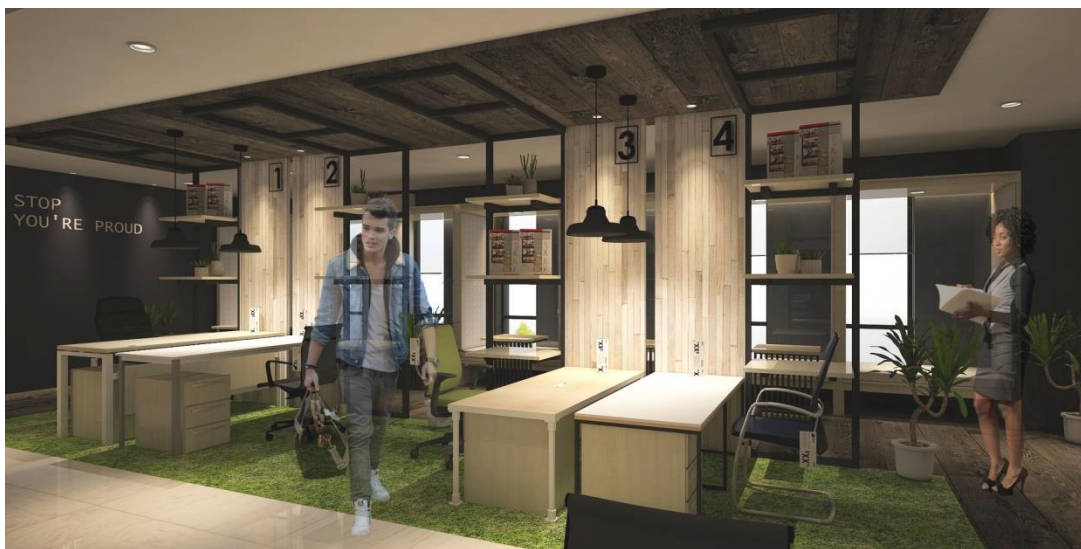
Gambar 5.5 Layout Furniture Ruang Terpilih 1  
Sumber : Dokumentasi Penulis





Ruang terpilih 1 merupakan area kerja coworking space untuk perorangan. Area ini merupakan area kerja yang ditujukan kepada pengguna coworking space perseorangan yang membutuhkan fokus tinggi dan kenyamanan dalam bekerja. Ruang terpilih 1 terletak diantara ruang rapat dan kamar mandi serta berbatasan langsung dengan lounge area dan fotocopy center. Area ini dibagi menjadi 2 bagian, bagian yang pertama adalah area kerja yang terdiri dari meja kerja, kursi (produk PT. Gading Murni), dan storage. Sedangkan bagian yang kedua menggunakan furniture yang lebih santai yaitu sofa dengan meja kerja yang berfungsi built in dengan sofa tersebut. Kedua bagian ini dipisahkan dengan partisi, sehingga privasi masing masing bagian dapat terjaga dengan baik. Area ini memiliki jendela mati yang difungsikan untuk memberikan cahaya matahari langsung pada pagi hari sehingga memberikan nuansa santai seperti di rumah sendiri. Kapasitas pada area kerja ini adalah 11 orang, 4 orang untuk bagian pertama dan 7 orang untuk bagian kedua.

### 5.3.2 Gambar 3D



**Gambar 5.6** Area Kerja Coworking Space View 1  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Area kerja coworking space didesain dengan tujuan memberikan nuansa rileks namun tetap membuat penggunaanya dapat fokus pada pekerjaannya. Pada ruang terpilih 1 ini terdapat 2 bagian area kerja. Bagian pertama adalah bagian



depan dengan kapasitas 4 orang yang difungsikan sebagai area kerja bagi pengguna yang membutuhkan fokus tinggi dan membutuhkan area luas kerja yang besar.

Bagian ini memiliki meja kerja disertai storage dengan kunci, kursi kerja yang merupakan display produk dari PT. Gading Murni, dan rak samping yang dibuilt in dengan rak. Lampu yang digunakan adalah lampu gantung dengan cahaya putih sehingga pengguna dapat fokus. Pada bagian belakang, terdapat bagian area kerja perorangan yang memiliki sifat cenderung lebih santai. Area ini dilengkapi dengan sofa, meja kerja, dan bukaan jendela yang cukup lebar. Backdrop yang menggunakan warna biru dengan lapisan melamin dan dilengkapi dengan hidden lamp warna kuning pada bagian atas akan membuat nuansa menjadi lebih santai.



**Gambar 5.7** Area Kerja Coworking Space View 2  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Gambar diatas adalah bagian area kerja perorangan yang lebih santai dengan kapasitas 7 orang. Penggunaan bentuk yang geometris dengan warna warna monokrom yang tidak terlalu berani membuat ruangan menjadi rapi dan nyaman. Penggunaan material HPL dengan motif kayu pada furniture dan vinyl pada lantai akan membuat ruangan menjadi lebih *homey*. Pencahayaan yang digunakan pada ruangan ini terdiri dari pencahayaan alami yang berasal dari



bukaan jendela yang lebar, dan pencahayaan buatan berupa task lighting dan hidden lamp pada beberapa area tertentu. Artificial plant juga diterapkan pada ruangan ini guna memberikan nuansa segar yang didapatkan dari warna hijau tanaman tersebut. Setiap tempat pada area kerja dilengkapi dengan stop kontak bagi pengguna yang membutuhkan. Meja kecil pada bagian ini juga dapat berfungsi sebagai kursi tambahan dengan membalikkannya.



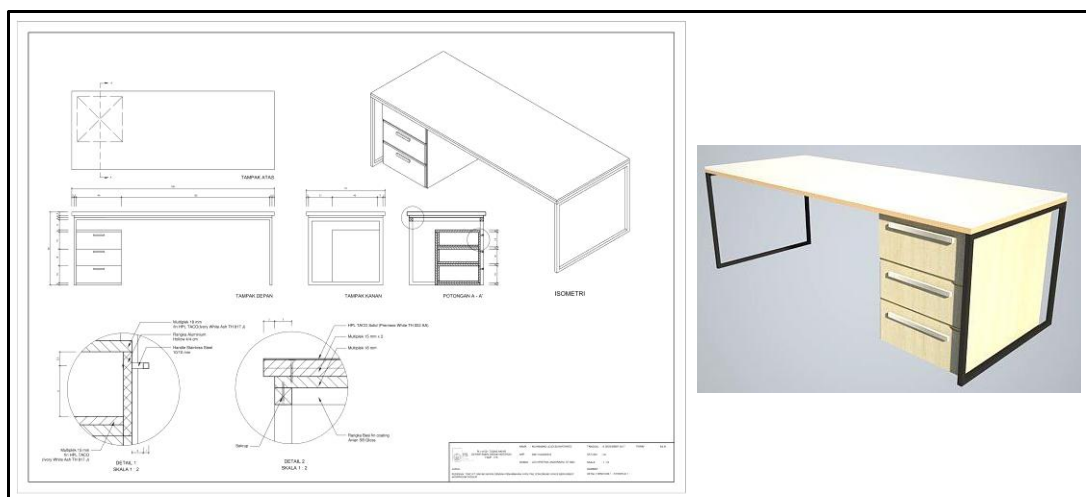
**Gambar 5.8** Area Kerja Coworking Space View 3  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Pada ruang terpilih 1 ini juga diterapkan mural berupa typografi dengan kalimat kalimat penyemangat. Warna yang digunakan adalah warna warna monokrom sehingga tetap selaras dengan ruangan. Warna biru pada backdrop sofa dan dinding digunakan untuk menciptakan kesan luas, stabil, sejuk, dingin, dan relaksasi pada ruangan, dan meningkatkan konsentrasi dalam bekerja. Adapun arti warna biru melambangkan suatu hubungan profesionalitas, kecerdasan, kepercayaan diri, bahkan menjadi simbol kekuatan. Dengan ini, diharapkan pengguna pada area ini dapat terbantu dalam menyelesaikan pekerjaan atau mencapai target mereka. Rumput sintetis diterapkan pada lantai untuk memberikan suasana segar saat bekerja. Dinding belakang menggunakan cat warna abu abu gelap untuk menonjolkan furniture kotak sofa pada area tersebut

karena warnanya yang kontras. Penomoran meja juga diletakkan pada bagian ujung atas partisi.

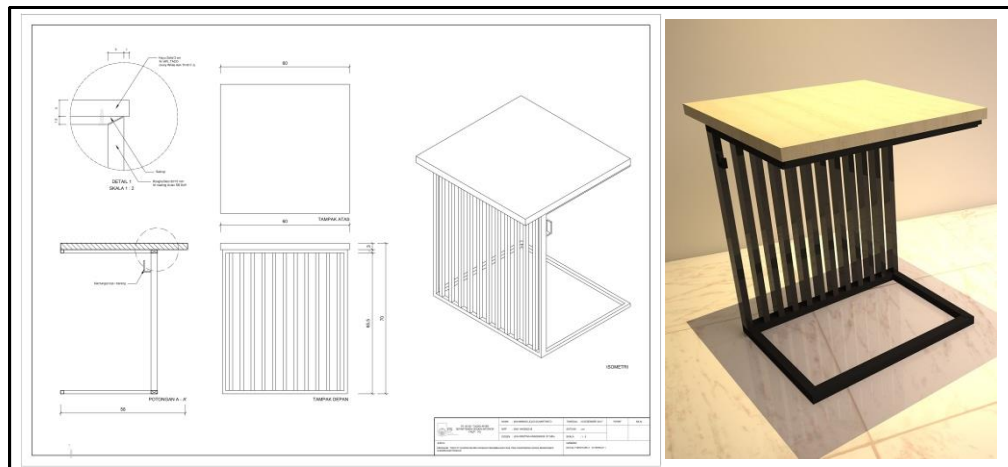
### 5.3.3 Detail Furnitur dan Elemen Estetik

Meja kerja pada area coworking space di desain dengan bentukan sederhana dengan ukuran yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Terdapat 2 macam meja pada area kerja ruang terpilih 1. Meja kerja yang pertama adalah meja yang dikhususkan untuk pengguna yang memiliki kebutuhan fokus dan bidang kerja yang cukup luas.



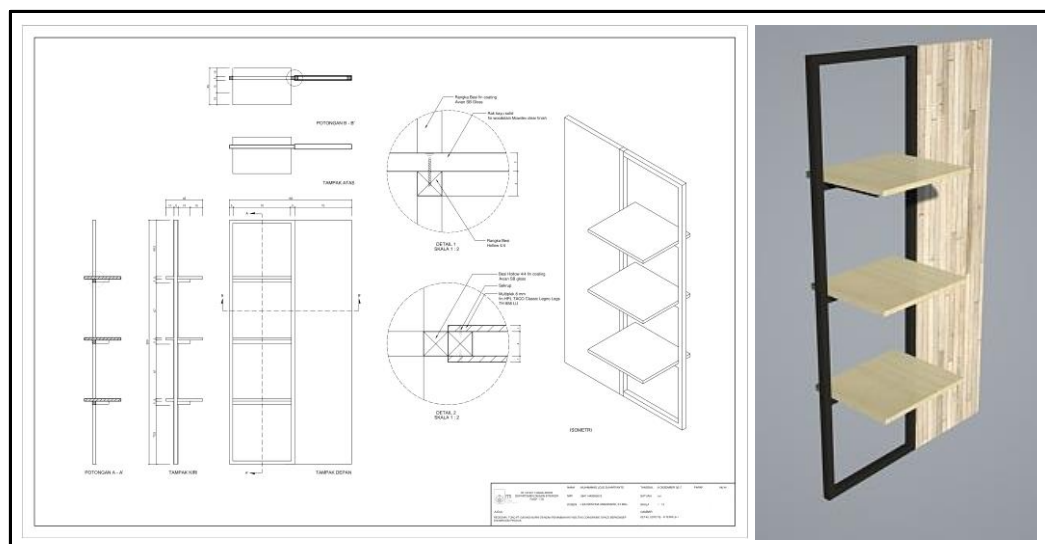
**Gambar 5.9** Meja Kerja 1  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Meja kerja ini berukuran 180 x 70 x 65 cm dilengkapi dengan storage roda berupa laci dengan ukuran 40 x 40 x 50 cm bagi pengguna yang ingin menyimpan barang sementara. Meja ini didesain dengan bentukan modern dengan luasan yang cukup bagi pengguna yang memerlukan sapce untuk media kerja yang besar dan fokus yang lebih. Material yang digunakan adalah rangka besi hollow dan top table multiplek dengan finishing HPL putih untuk memberikan kesan bersih dan fokus terhadap pekerjaan pengguna.



**Gambar 5.10** Meja Kerja 2  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Meja kerja ini didesain built-in dengan sofa pada bagian 2. Meja kerja ini berukuran 50 x 50 x 70 dilengkapi dengan gantungan untuk tas atau barang bawaan pada rangka kakinya menghadap ke dalam. Meja ini berfungsi bagi pengguna yang ingin mengerjakan dalam posisi duduk tegap maupun bersandar di sofa. Meja ini juga dapat berfungsi sebagai fasilitas duduk apabila dibutuhkan dengan menggulingkan bagian atas meja ke arah depan.



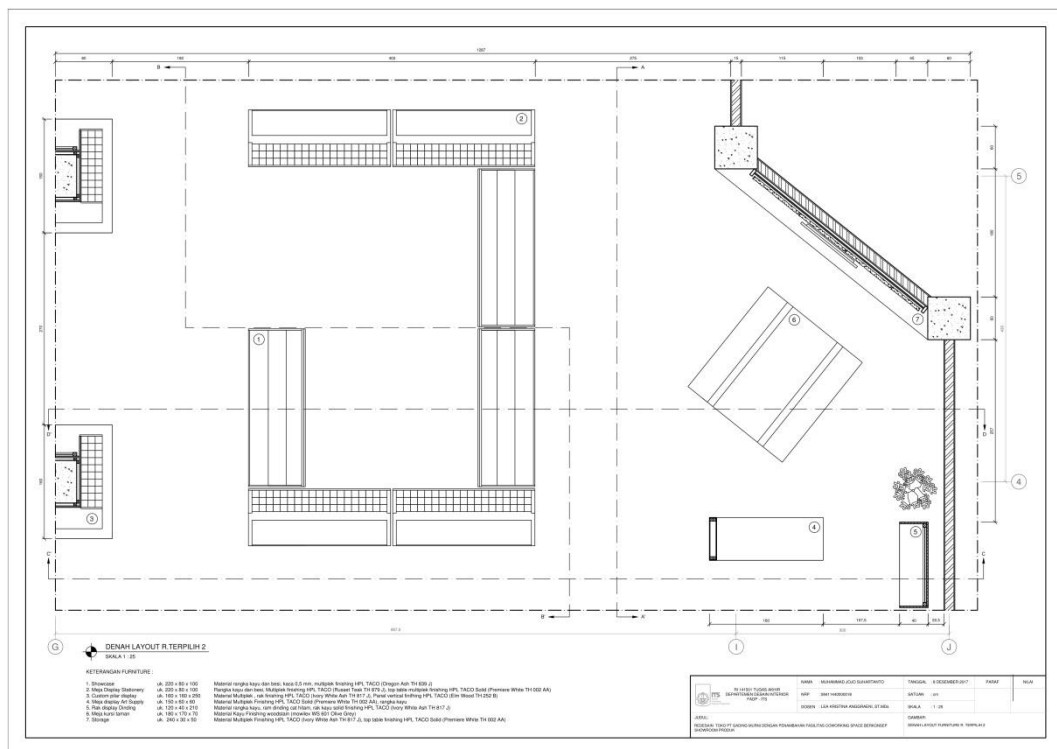
**Gambar 5.11** Partisi Area Coworking Space  
Sumber : Dokumentasi Penulis



Partisi ini terletak di tengah kedua bagian area kerja pada ruang terpilih 1 dan dibuat selaras dengan meja kerja utama. Partisi ini berfungsi sebagai penyekat untuk memberikan privasi dan kenyamanan dalam bekerja bagi pengguna coworking space. Partisi ini berukuran 150 x 45 x 300 cm yang juga difungsikan sebagai rak pada salah satu sisi dan bagian partisi untuk pajangan dan rak storage untuk pengguna coworking space. Material yang digunakan adalah rangka besi hollow 4/4 dengan finishing coating hotam gloss dan material multiplek dengan finishing veneer kayu warna brown ash.

## 5.4 Pengembangan Desain Ruang Terpilih 2

### 5.4.1 Layout Furnitur



**Gambar 5.12** Layout Furniture Ruang Terpilih 2  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Ruang terpilih 2 merupakan area toko pada bagian stationery dan art supply. Area ini menjual peralatan dan perlengkapan sekolah dan kantor berupa alat tulis dan lain sebagainya, serta kebutuhan art seperti cat, kuas, palet dan



medianya. Pada ruang terpilih 2 ini, bagian stationery memiliki furniture berupa 4 meja display, 3 showcase dan 2 rak yang dibuilt in dengan kolom (penutup kolom). Meja display dan showcase stationery ini dibuat menyerupai satu bagian “island” di bagian tengah toko. Pengunjung juga diberikan area/space untuk mencoba alat tulis yang akan dibeli. Pada bagian art supply, furniture yang digunakan berupa meja untuk display pada bagian tengah dan rak dengan ram untuk bagian dinding. Furniture yang digunakan memiliki storage pada bagian bawahnya sehingga stock produk display dapat disimpan. Area ini juga memfasilitasi para pengunjung yang ingin mencoba produk yang dijual dengan mencoba tester disertai demo melalui video pada bagian belakang art supply. Kapasitas yang diberikan untuk mencoba keperluan art adalah 4 orang.

#### 5.4.2 Gambar 3D



**Gambar 5.13** Area Toko View 1  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Gambar diatas adalah area toko retail PT. Gading Murni area stationery dan art supply. Pada area stationery terdapat 7 rak display, 4 meja display, 3 showcase dan 2 rak pelapis kolom. Furniture menggunakan bentukan geometris dengan material rangka besi, multiplek dan finishing HPL putih polos dan motif kayu. Area kasir menggunakan backdrop bermotif kayu dengan branding logo PT. Gading Murni bermaterial akrilik. Penataan layout furniture pada area ini bersifat

cubical agar memberikan kesan rapi dan bersih. Beberapa furniture yang digunakan juga bersifat multifungsi sebagai storage sehingga tidak semua produk didisplay pada rak dan meja, sehingga toko tidak terkesan penuh dan berantakan. Khusus pada bagian showcase dan meja display stationery dijaga oleh pramuniaga toko. Pengunjung dapat mencoba produk melalui tester yang diberikan oleh penjaga pada area tersebut.



**Gambar 5.14** Area Toko View 2  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Lantai menggunakan material Granite Tile glossy dengan warna krem untuk memberikan kesan mewah dan bersih pada ruangan. Plafon juga menggunakan gypsum berwarna putih sehingga fokus pengunjung dapat langsung tertuju pada display barang di pajang. Zoning area juga didukung dengan perbedaan material pada lantai dan plafon dengan material kayu. Beberapa material kayu pada area ini akan memberikan nuansa alami pada ruangan yang juga didukung dengan tanaman hijau yang diletakkan pada spot-spot tertentu.

Pada area art supply terdapat 7 rak dinding dan 5 meja display yang juga dilengkapi dengan storage pada bagian bawahnya. Bagian atas rak dinding dimodifikasi dengan papan untuk branding merk merk produk yang dijual oleh PT. Gading Murni. Pada area art supply juga disediakan area untuk mencoba





produk yang dijual melalui tester dengan melihat demo produk pada TV yang telah disediakan. Area ini berkapasitas untuk 4 orang dengan meja dan kursi berkelompok.



**Gambar 5.15** Area Toko View 3  
Sumber : Dokumentasi Penulis

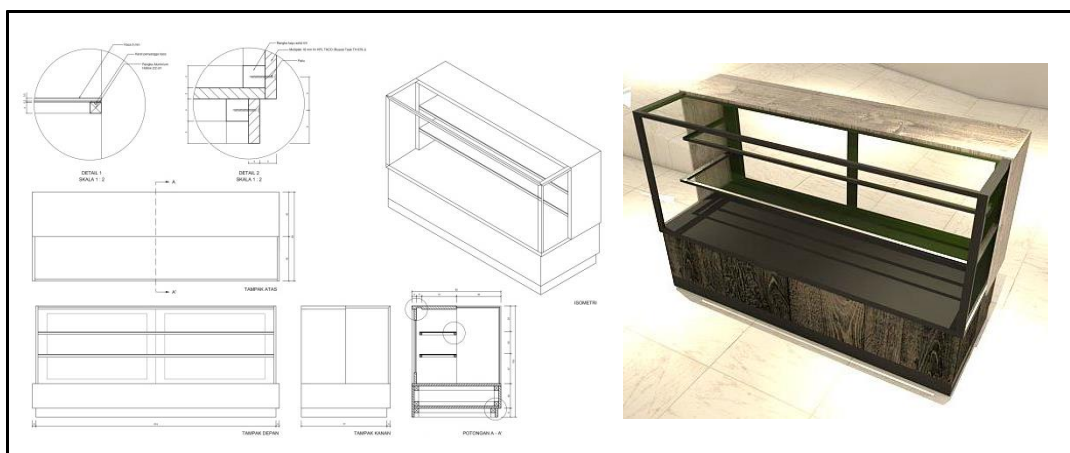
Pada bagian depan toko tepat setelah pintu masuk, terdapat lobby kecil yang dikhususkan bagi pengguna yang ingin beristirahat atau menunggu sejenak. Lobby kecil ini didesain sebagai point of interest ruangan bagian depan karena juga dapat terlihat dari parkir maupun jalan raya karena bagian depan toko menggunakan material full kaca. Pada dinding lobby terdapat typografi dengan material cat yang bertuliskan tagline PT. Gading Murni yaitu “Provides All Your Office Needs”. Selain itu lobby juga dilengkapi dengan partisi kisi dan partisi berupa vertical garden dengan logo PT. Gading Murni sebagai branding toko yang terlihat dari luar. Pada pagi hari area depan ini mendapatkan pencahayaan alami yang cukup, namun tetap dipadukan dengan *ambient light* berupa spot light dan downlight kecil pada beberapa spot tertentu seperti display produk dan point of view ruangan.



**Gambar 5.16** Area Toko View 4  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Pada area depan juga terdapat showroom produk *mini* yang didesain dengan memanfaatkan ruang yang terpakai sehingga ruangan toko menjadi lebih rapi. Showroom ini khusus mendisplay produk kursi TIGER yaitu produk furniture kursi kantor milik PT.Gading Murni. Showroom ini didesain berbentuk persegi dengan frame tanpa kaca, sehingga pengunjung yang melintas dapat memegang produk yang dipajang secara langsung. Backdrop showroom mini menggunakan wallpaper dengan logo Kursi TIGER, tagline dan brief singkat mengenai produk kursi TIGER. Pencahayaan yang digunakan adalah downlight dengan warna kuning dan juga hidden lamp pada backdrop untuk memberikan nuansa mewah dan fokus pada produk yang didisplay.

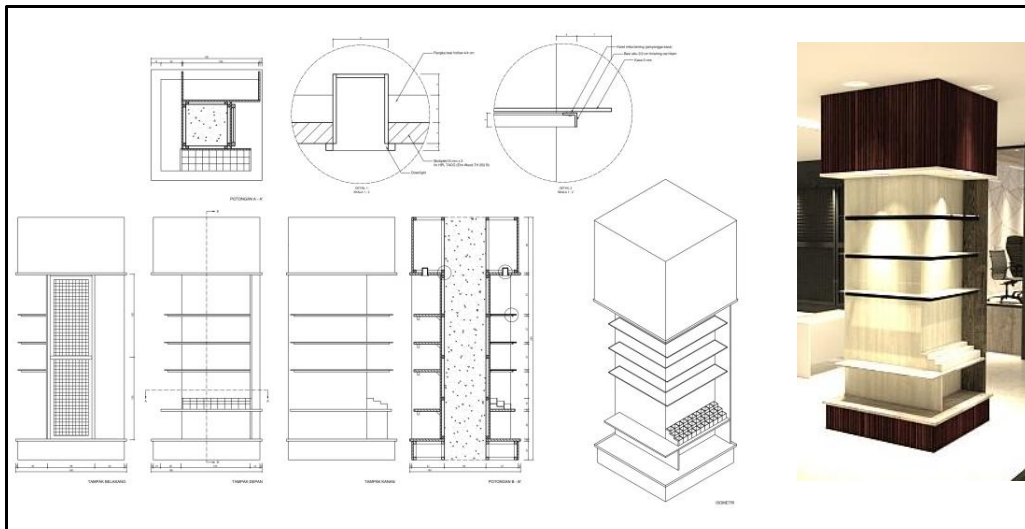
#### 5.4.3 Detail Furnitur dan Elemen Estetik



**Gambar 5.17** Showcase  
Sumber : Dokumentasi Penulis

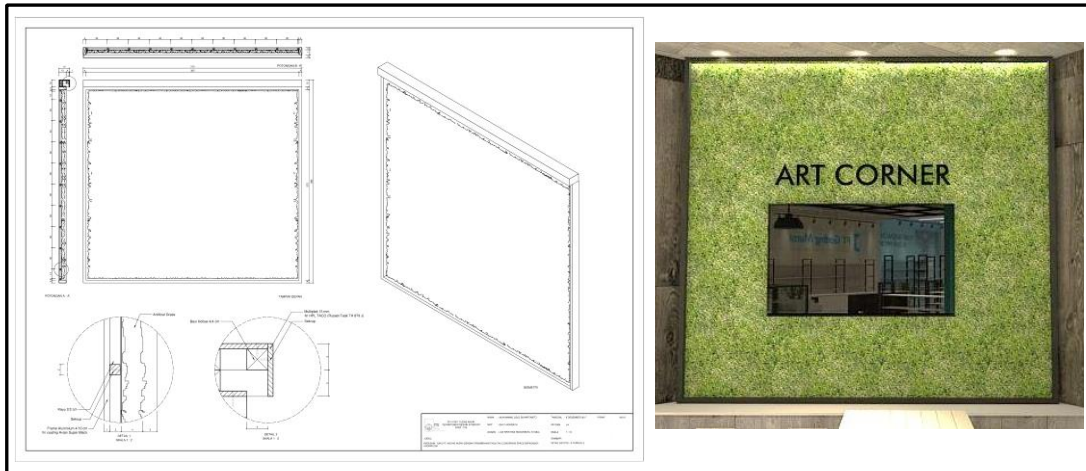


Showcase ini digunakan untuk display produk stationery PT. Gading Murni. Showcase didesain dengan bentukan geometris dengan ukuran 220 x 80 x 100 cm. Terdapat 2 ambalan dari kaca dan storage pada bagian bawah showcase. Selain itu juga dilengkapi dengan LED Strip pada bagian atas showcase yang mengarah kebawah. Bukaan showcase untuk display berupa pintu geser dan storage berupa ambalan kosong. Material yang digunakan adalah rangka besi dengan finishing coating hitam gloss, kaca 5 mm dan multiplek dengan finishing HPL motif kayu.



**Gambar 5.18** Rak Display Kolom  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Furniture diatas adalah rak display yang juga berguna sebagai pelapis kolom. Furniture ini memiliki ukuran 160 x 160 x 360 dengan banyak model display yang berbeda pada setiap sisinya. Desain rak nya memiliki ketinggian yang berbeda sehingga dapat berfungsi sebagai display untuk berbagai macam varian produk. Selain itu pada salah satu sisinya juga memiliki ram yang difungsikan sebagai display produk dengan cara digantung. Material yang digunakan berupa rangka besi hollow dan juga multiplek dengan finishing HPL dengan motif kayu dan HPL putih polos. Rak pelapis kolom ini dilengkapi dengan downlight dengan warna kuning pada setiap sisinya untuk memberikan kesan fokus tersendiri pada barang yang didisplay.



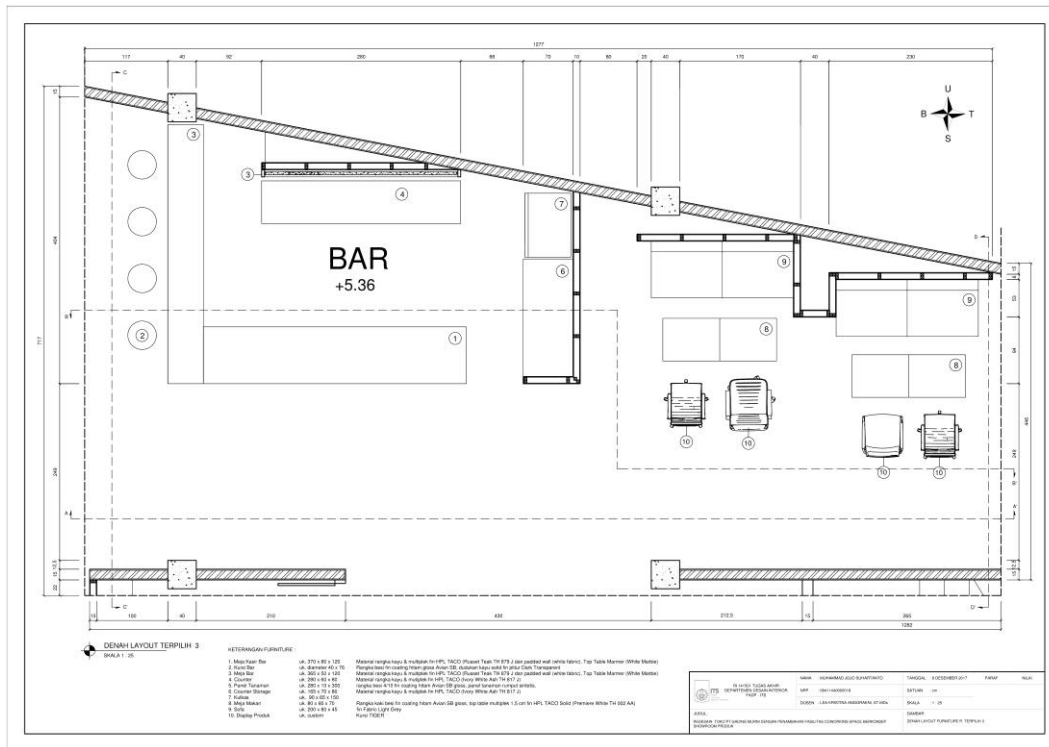
**Gambar 5.19** Panel Backdrop  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Panel vertical garden ini diterapkan pada backdrop signage art supply dan TV demo produk untuk memberikan suasana segar. Panel ini berukuran 310 x 15 x 280 cm. Tanaman yang digunakan adalah artificial plant sehingga perawatannya mudah. Frame yang digunakan menggunakan material besi dengan finishing cat hitam glossy. Wall panel ini dilengkapi dengan hidden lamp dan spot light dengan warna kuning, untuk menghadirkan suasana santai dan hangat.



### 5.5 Pengembangan Desain Ruang Terpilih 3

### 5.5.1 Layout Furnitur



**Gambar 5.20** Layout Furniture Ruang Terpilih 3  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Ruang terpilih 3 merupakan area café dan bar dengan konsep showroom produk yang artinya beberapa furniture yang digunakan sebagai perabot ruang adalah bagian dari display produk toko PT. Gading Murni A.Yani. Ruang terpilih 3 ini berada di lantai 2 bersebelahan langsung dengan lobby coworking space. Pengunjung toko pada lantai 1 dapat langsung berkunjung ke area café tanpa harus memasuki area coworking sehingga tidak mengganggu privasi dari pengguna coworking space. Pada area bar terdapat meja untuk melayani customer sekaligus meja kasir. Terdapat juga mini bar yang dilengkapi dengan 4 stool untuk memfasilitasi pelanggan yang ingin menikmati kopi pada area bar. Area makan disebelah bar memiliki 2 setingan meja untuk 4 orang pada setiap kelompoknya. Dilengkapi dengan sofa 2 seater meja makan dan 4 produk display PT. Gading



Murni A.Yani yang disertai dengan catalog produk dan price tag pada setiap produk dan beberapa bagian interiornya.

### 5.5.2 Gambar 3D



**Gambar 5.21** Area Café View 1  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Zoning geometris diterapkan pada area ini untuk memberikan kesan rapi pada ruangan yang dikarenakan bangunan eksisting ruang yg tidak memiliki luasan berupa persegi. Selain itu juga memberikan kejelasan untuk area sirkulasi pada ruangan tersebut. Area ini mendapatkan sinar matahari langsung dengan memberikan bukaan jendela yang lebar sehingga dapat menghemat penggunaan cahaya buatan pada pagi hari dan juga memberikan kesan homey. Penggunaan elemen motif kayu pada dinding dan lantai bertujuan untuk memberikan kesan hangat dan “friendly” pada ruangan. Warna kuning dihadirkan untuk memberikan aksentuasi dan memberikan rangsangan pengunjung untuk berinteraksi, khususnya pada area makan dekat jendela. Elemen tanaman juga dihadirkan untuk memberikan warna hijau segar sehingga ruangan memiliki kesan sejuk. Penggunaan lampu pada area ini berupa lampu gantung dan juga downlight dengan cahaya warm white untuk memberikan kesan santai dan homey.



**Gambar 5.22** Area Café View 2  
Sumber : Dokumentasi Penulis

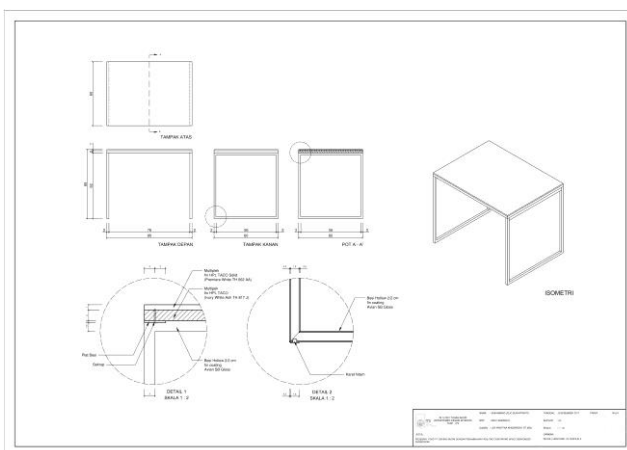
Area bar didesain menggunakan bentukan geometris dengan sentuhan material alami berupa motif kayu dan juga backdrop panel rumput sintetis. Area bar dilengkapi dengan kursi bar 4 buah bagi pengunjung yang ingin menikmati hidangan di tempat tersebut. Zoning area antara jalur sirkulasi dan area bar diciptakan dari perbedaan material lantai dan juga tatanan lampu pada plafon. Lampu yang digunakan pada area bar ini berupa lampu gantung pada bagian kasir dan downlight dengan cahaya warm white. Hidden lamp juga diterapkan pada bagian belakang panel backdrop untuk memberikan ambient light pada dinding dan storage bagian tersebut. Unsur tanaman pada area ini juga diterapkan pada partisi berupa planter box dan tanaman rambat untuk memberikan nuansa segar.



**Gambar 5.23** Area Café View 3  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Pada area ini juga ditambahkan elemen estetis berupa lukisan dan artwork dengan tema kopi. Price tag dan juga produk catalog ditempatkan pada meja, kursi dan dinding untuk memberikan informasi terkait dengan produk – produk furniture yang dipajang dan dijual. Ruangan dilengkapi dengan AC Split dan juga speaker untuk memutar music sehingga pengunjung kafe dapat menikmati waktu berkunjung nya dengan relax.

### 5.5.3 Detail Furnitur dan Elemen Estetik

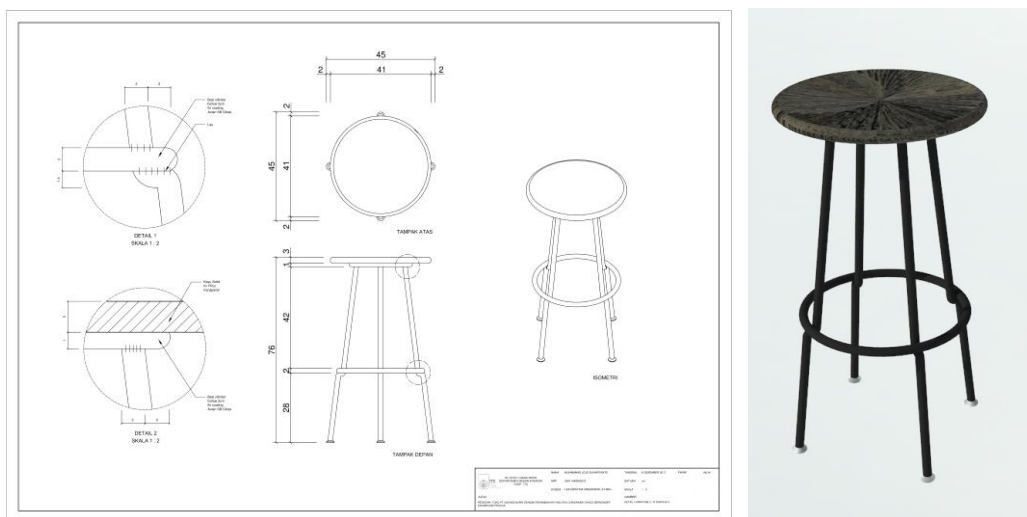


**Gambar 5.24** Meja Makan Kafe  
Sumber : Dokumentasi Penulis



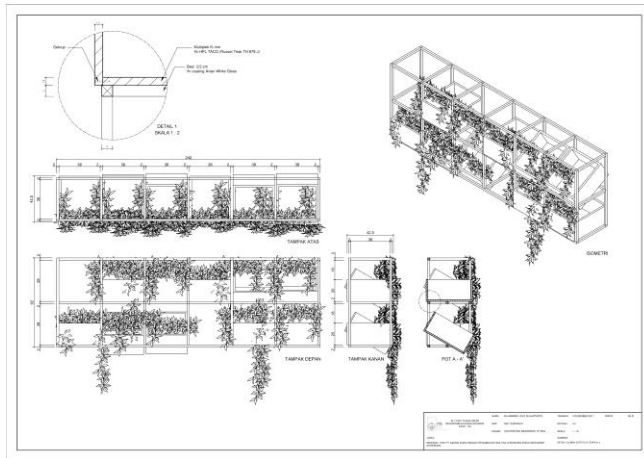


Meja makan pada café didesain sederhana dengan bentukan geometris. Desain geometris ini bertujuan untuk memberikan tatanan meja yang rapi sesuai dengan bentuk ruangan. Desain yg sederhana dengan warna yang tidak mencolok akan membuat display produk yang dijual menjadi lebih menonjol dari yang lainnya. Meja ini memiliki ukuran 80 x 60 x 70 cm. Material yang digunakan adalah rangka besi dengan finishing coating hitam gloss dan multiplek dengan finishing HPL putih doff untuk top tablenya.



**Gambar 5.25** Stool Area Bar  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Stool pada area bar memiliki desain berlanggam urban industrial. Stool ini memiliki diameter 45 cm dan tinggi 75 cm. Material yang digunakan adalah besi silinder dengan finishing coating hitam gloss dan kayu solid dengan finishing plitur warna gelap. Bagian bawah kursi diberi pijakan untuk kaki, dan pada bagian dasar kaki kursi diberi karet.



**Gambar 5.26** Partisi Tanaman  
Sumber : Dokumentasi Penulis

Planter box ini diletakkan pada bagian atas partisi yang memisahkan area bar dan area makan pada kafe. Memiliki bentuk desain geometris berupa rangka besi dengan finishing coating putih gloss dan planter box dengan finishing HPL bermotif kayu. Tanaman pada planter box ini merupakan tanaman rambat yang menjulur kebawah. Planter box ini memiliki ukuran 240 x 42 x 82 cm. Planter box ini diterapkan pada ruangan untuk memberikan nuansa segar pada area bar dan juga area makan.



*( Halaman ini sengaja dikosongkan )*



## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang diperoleh dari redesain toko retail PT. Gading Murni A.Yani dengan penambahan fasilitas coworking space berkonsep showroom produk adalah sebagai berikut.

1. Toko retail PT. Gading Murni A.Yani merupakan toko retail kebutuhan kantor dan sekolah yang terletak di jalur utama kota Surabaya-Sidoarjo dan telah bertahan selama 70 tahun, sehingga diperlukan redesain interior yang berkonsep yang lebih trendy (modern) dengan penambahan fasilitas guna meningkatkan minat pengunjung untuk datang dan berbelanja di toko serta keuntungan pihak PT. Gading Murni.
2. Konsep desain yang akan diterapkan pada toko retail PT. Gading Murni A.Yani adalah redesain toko retail dan penambahan fasilitas coworking space dan café dengan konsep showroom produk berlanggam urban design. Konsep showroom produk yang dimaksud adalah perabot interior yang digunakan seperti kursi, meja dan beberapa elemen estetis lainnya merupakan bagian dari produk PT. Gading Murni yang didisplay untuk dijual.
3. Konsep showroom produk diciptakan melalui desain interior untuk memasarkan produk yang sekaligus tester bagi pengunjung dan juga untuk menghemat luas area display furniture pada lantai 1. Konsep showroom produk dapat tercipta dengan memaksimalkan produk furniture dan aksesoris PT. Gading Murni A.Yani sebagai perabot ruang pada coworking space dan café pada lantai 2. Pada setiap produk furniture yang digunakan diberikan deskripsi produk dan price tag berupa gantungan atau catalog standing. Selain itu brosur produk dan buku catalog juga disediakan untuk pengunjung di beberapa tempat seperti dinding dan meja.



4. Langgam urban design dihadirkan untuk mendapatkan suasana interior yang modern dan nyaman. Pada area café dan coworking space, langgam urban tercipta melalui bentukan geometris dan sederhana, penggunaan material motif alam, serta penggunaan bukaan jendela yang luas. Komposisi warna yang diterapkan adalah warna warna dengan saturasi rendah dengan perpaduan warna elemen alam seperti kayu dan hijau tanaman. Penggunaan lampu warm white juga diterapkan untuk menghadirkan suasana santai dan nyaman. Pada area toko penggunaan cahaya kuning berguna untuk memberikan point of interest kepada produ yang didisplay untuk merangsang keinginan konsumen untuk membeli.

## **6.2 Saran**

Beberapa saran yang menjadi pertimbangan redesign toko retail PT. Gading Murni A.Yani dengan penambahan fasilitas coworking space berkonsep showroom produk adalah sebagai berikut.

1. Penataan produk pada rak perlu memerhatikan jenis display dan kasifikasi barang sesuai dengan warna, ukuran, merk dan jumlah produk yang didisplay.
2. Display produk pada showroom café dan coworking space akan lebih mempunyai peran maksimal apabila selalu mengikuti event (update terbaru ) atau promo toko PT. Gading Murni. Selain itu kualitas produk display harus selalu diperhatikan baik dr segi perawatan dan juga keamanannya agar tidak cepat using.

## DAFTAR PUSTAKA

Arianti, Fiki. 2017. *Toko Ritel Tutup, karena Daya Beli atau Digitalisasi?*. Diambil dari <http://bisnis.liputan6.com/read/3142860/toko-ritel-tutup-karena-daya-beli-atau-digitalisasi>. Diakses pada 25 November 2017.

Azly, Rahmad. 2017. *Cara Menghitung Kebutuhan Lampu di Suatu Ruangan*. Diambil dari <https://duniaberbagiilmuuntuksemua.blogspot.co.id/2017/01/cara-menghitung-kebutuhan-lampu-dalam-ruangan.html>. Diakses pada 23 Februari 2018.

DeGuzman, G. V. and A. I. Tang. 2011. *Working in the “UnOffice”: A Guide to Coworking for Indie Workers, Small Businesses, and Nonprofits*. San Francisco: Night Owls Press.

Hairiah. 2017. *7 Jenis Bisnis Retail Berdasarkan Klasifikasinya*. Diambil dari <https://dosenekonomi.com/bisnis/jenis-bisnis-ritel>. Diakses pada 25 November 2017.

Marysa, IH & AW Anggraita. 2016. Studi Pengaruh Warna pada Interior Terhadap Psikologis Penggunanya, Studi Kasus pada Unit Transfusi Darah Kota X. *Jurnal Desain Interior*. 1(10) : 41-50

Munib, Ansori. 2018. *Gelombang Toko Ritel Tutup Bakal Berlanjut di 2018*. Diambil dari <http://www.neraca.co.id/article/95551/gelombang-toko-ritel-tutup-bakal-berlanjut-di-2018>. Diakses pada 15 Januari 2018.

Panero Julius, 1979, *Human Dimension & Interior Space: A Source Book of Design Reference Standards*. London: Press Ltd.

Wardoyo, Adi & Azzarina Frisda. 2016. Kajian Kebutuhan Elemen Desain Interior Toko Buku yang Diinginkan Masyarakat Urban sebagai Pendukung Eksistensi Toko Buku di Masa Depan. *Jurnal Desain Interior*. 1(1) : 69-76.

## **Lampiran 1 : Surat Pernyataan Bebas Plagiat**

### **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Jojo Suhartanto

NRP : 08411440000018

Menyatakan bahwa :

**Judul : REDESAIN TOKO RETAIL PT. GADING MURNI SURABAYA  
DENGAN PENAMBAHAN FASILITAS CO-WORKING SPACE  
BERKONSEP SHOWROOM PRODUK**

Merupakan hasil pekerjaan saya sendiri. Apabila terbukti laporan ini bukan hasil saya sendiri, saya bersedia menerima segala sanksi yang telah ditetapkan. Demikian surat pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya dan benar apa adanya.

Surabaya, 30 Juli 2018

Muhammad Jojo Suhartanto

NRP 08411440000018

## Lampiran 2 : Hasil Wawancara

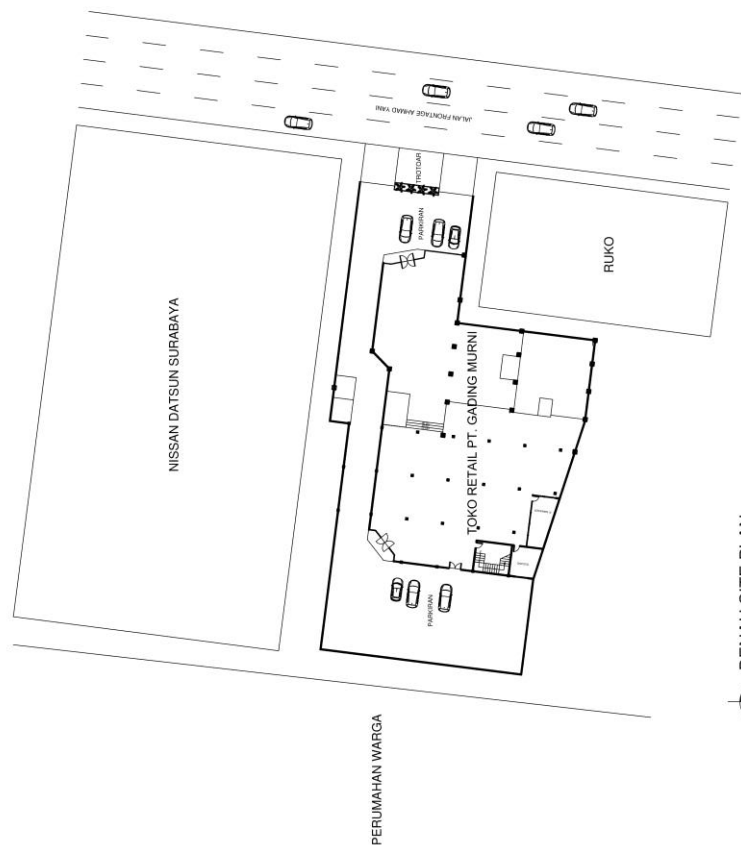
No	Pertanyaan	Jawaban
	Bagaimana keadaan took saat ini ? (konsumen, Layout dan display, fasilitas)	Konsumen kebanyakan dari institusi atau organisasi kantor, sekolah, perusahaan swasta maupun pemerintah, selain itu ada juga pengunjung seperti anak sekolahan, kuliah, dan keluarga. Barang banyak dan lengkap namun belum terlayout dan terdisplay dengan baik. Untuk fasilitas penunjang belum ada.
	Apakah keadaan tersebut sudah ideal untuk toko tersebut ?	Untuk beberapa tahun lalu sih iya, namun untuk saat ini dan kedepannya masih terkesan jadul, dikarenakan persaingan yang semakin ketat ditambah lagi dengan online shop yang sedang gempar.
	Apa yang kurang di took GM A.Yani ?	Kurangnya fasilitas penunjang yang bias membuat konsumen datang dan betah di took, layout dan display yang kurang baik dan menarik.
	Apa saingan/masalah/isu yang dihadapi oleh GM ?	Online shop dan took retail lain. Karena dengan adanya online shop konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya atau usaha lebih untuk pergi ke took, meskipun masih banyak kekurangannya, seperti tidak adanya badan hokum yang mengikat, dan kadang barang yang dibeli tidak sesuai ekspektasi ataupun yang tertera di foto. Tapi GM masih tetap optimis karena untuk took retail perlengkapan kantor terlengkap, di Indonesia, Gading Murni termasuk perusahaan raksasa (firsthand importir).
	Apa yang menjadi kelebihan toko GM ?	Telah dikenal oleh orang orang terdahulu sebagai took alat tulis yang bergerak khusus memang di kegiatan distribusi alat



		<p>tulis dan perlengkapan kantor sejak tahun 1948. Pabrik sendiri, importer firsthand, perlengkapan kantor terlengkap. Dikarenakan kurang branding, nama GM kurang eksis karena dari dulu memang focus pada bidang distribusi, sehingga desain tokonya tidak terlalu diperhatikan. Namun dari kegiatan tersebut, GM memiliki link yang sangat baik dengan pelaku ekonomi lainnya, mulai dari pabrik, reseller, customer, sampai pemerintah.</p>
	Bagaimana sejarah GM?	<p>Dulunya bernama Leeven, lalu ganti menjadi Gading Murni sejak ada nya kebijakan pemerintah pada masa kepemimpinan Presiden Soeharto, dan sampai sekarang memiliki 10 Cabang took. Franchise nya bernama ATK MART. Toko Pertama di Jalan Tunjungan. Untuk GM A.Yani telah berdiri selama 30 Tahun.</p>
	Fasilitas apa yang ingin ditambahkan di GM A.Yani ?	<p>Ingin fasilitas yang dapat membuat suasana took menjadi homey, tidak sekedar hanya untuk berbelanja, namun customer tertarik untuk datang dan betah melakukan kegiatan melalui fasilitas yang disediakan, misalnya; café, reading area, gallery art, atau lantai 2 yang dibuat shared office.</p>
	Apa Tujuan/Rencana/Impian jangka panjang untuk GM?	<p>Membuat GM A.Yani sebagai pusat perbelanjaan dengan fasilitas one stop shopping untuk office equipment. Karena dengan lokasinya yang strategis, yang dibutuhkan adalah konsep dan desain yang menarik sehingga toko tersebut bias hidup mengikuti perkembangan zaman</p>

### **Lampiran 3 : Gambar Kerja**

1. Siteplan
2. Layout Furniture KeseluruhanTerpilih Lantai 1
3. Layout Furniture KeseluruhanTerpilih Lantai 2
4. Layout Furniture Ruang Terpilih 1
5. Potongan A-A' Ruang Terpilih 1
6. Potongan B-B' Ruang Terpilih 1
7. Detail Furniture 1 Ruang Terpilih 1
8. Detail Elemen Estetis Ruang Terpilih 1
9. Layout Furniture Ruang Terpilih 2
10. Potongan A-A' Ruang Terpilih 2
11. Potongan B-B' Ruang Terpilih 2
12. Detail Furniture 1 Ruang Terpilih 2
13. Detail Elemen Estetis Ruang Terpilih 2
14. Layout Furniture Ruang Terpilih 3
15. Potongan A-A' Ruang Terpilih 3
16. Potongan B-B' Ruang Terpilih 3
17. Detail Furniture 1 Ruang Terpilih 3
18. Detail Elemen Estetis Ruang Terpilih 3



DENAH SITE PLAN  
SKALA 1 : 400

	INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER ITS JALAN KARTASURA NO. 1 KAMPUS C SURABAYA 60115	NAMA	MUHAMMAD ZULFI HANIFAH	TANGGAL	18 DESEMBER 2017	PANGRAH	NILA
		NIM	08114000018	SATUAN	IPS		
		DOSEN	LEA WISTINA ANGGRANI, ST. MSc	SKALA	1 : 400		
		JUDUL RESEPTOR TOKO PT GADING MURNI DENGAN PENYAJIAN FASITUL CONCEPT SPACE REMODELING SHOWROOM					





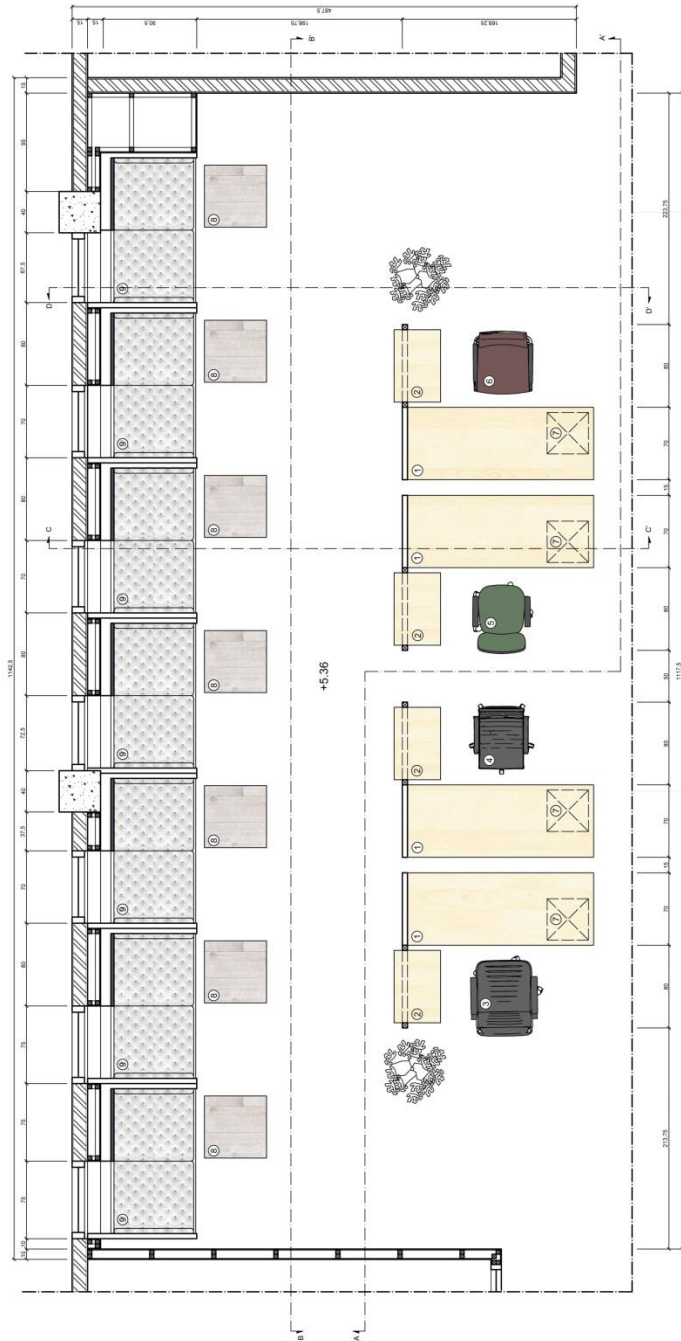
## DENAH LAYOUT L2

SKALA 1 : 150

KETERANGAN FURNITURE :

- [illegible]

 <b>ITS</b> INSTITUT TEKNOLOGI SURABAYA <small>ITS SURABAYA UNIVERSITY</small>	<b>WILISIT TULSA ANHRI</b> <b>DEWANTI KURNIA PUTRI</b> <b>PAULI ITS</b>	NAMA	10. HAMMADO ZULDI SUHARTOMO		TANGGAL	18 DESEMBER 2017	NAMA
		MAP	0941144000018		SATUAN	100	
		DOSEN	LEA KRISTINA ANDAGRAENI, ST NGA		SKALA	1 : 100	
JUDUL		GAMBAR					
RESEKUN TOTO PT GARDIN MURNI PEMERIKSAAN FASILITAS CONDOERING SPACE RESIDENCE		ALTERNATIF DENAH 1 - LANTAI 2					
SHOWROOM							

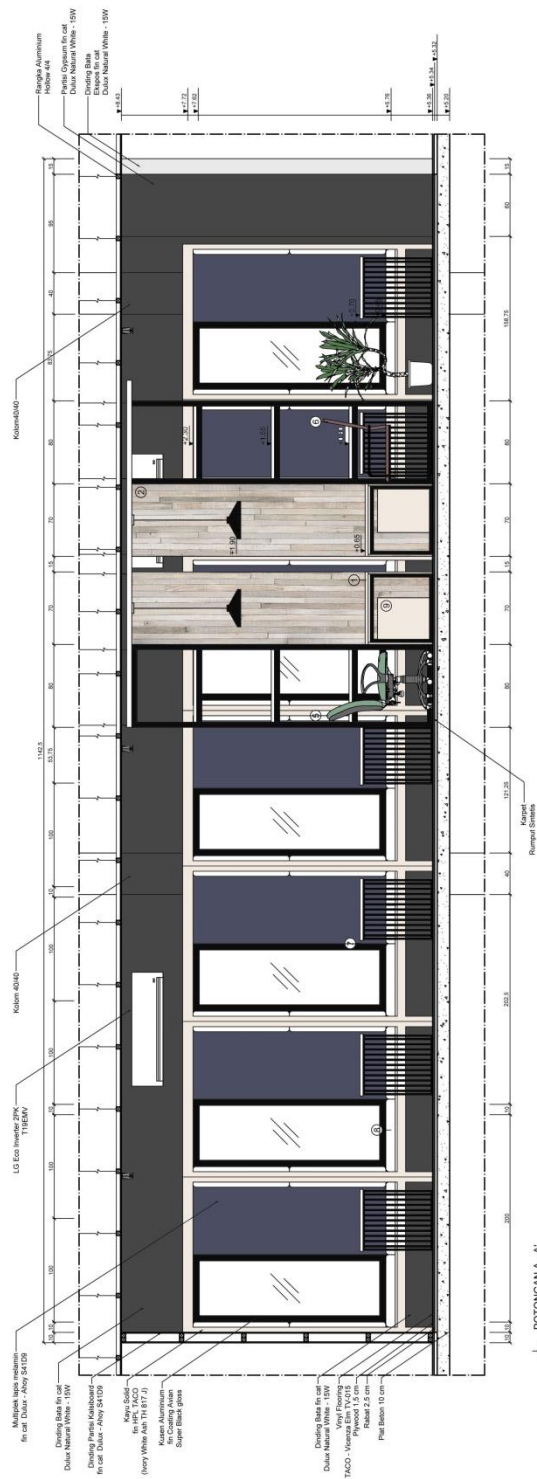


DENAH LAYOUT R. TERPILIH 1  
SKALA 1 : 25

KETERANGAN FURNITURE :

- [illegible]

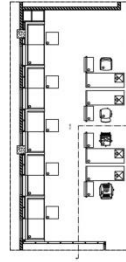
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI
JADIL	NAMA	MUHAMMAD ZULU EL-HARTANTO	TANGGAL	8 DESEMBER 2017		PAMAM	NILAI

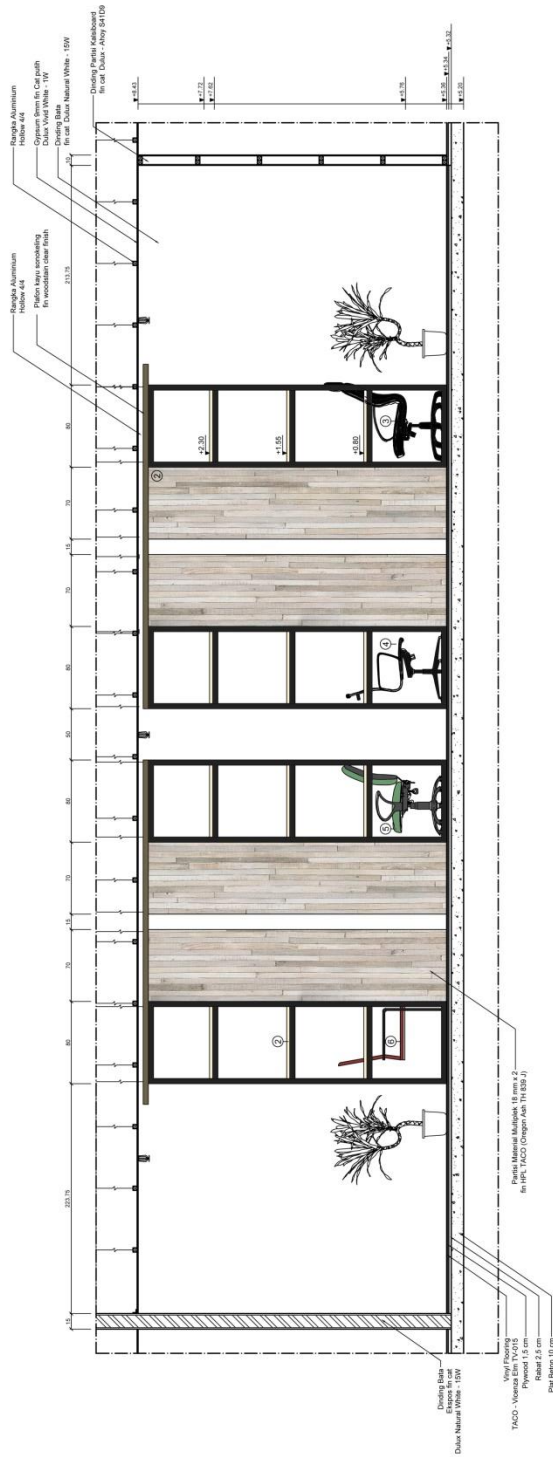


POTONGAN A - A'

KETERANGAN FURNITURE :

- [illegible]

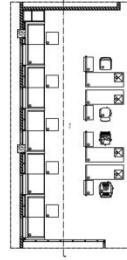
[illegible]



POTONGAN B - B'  
SKALA 1 : 25

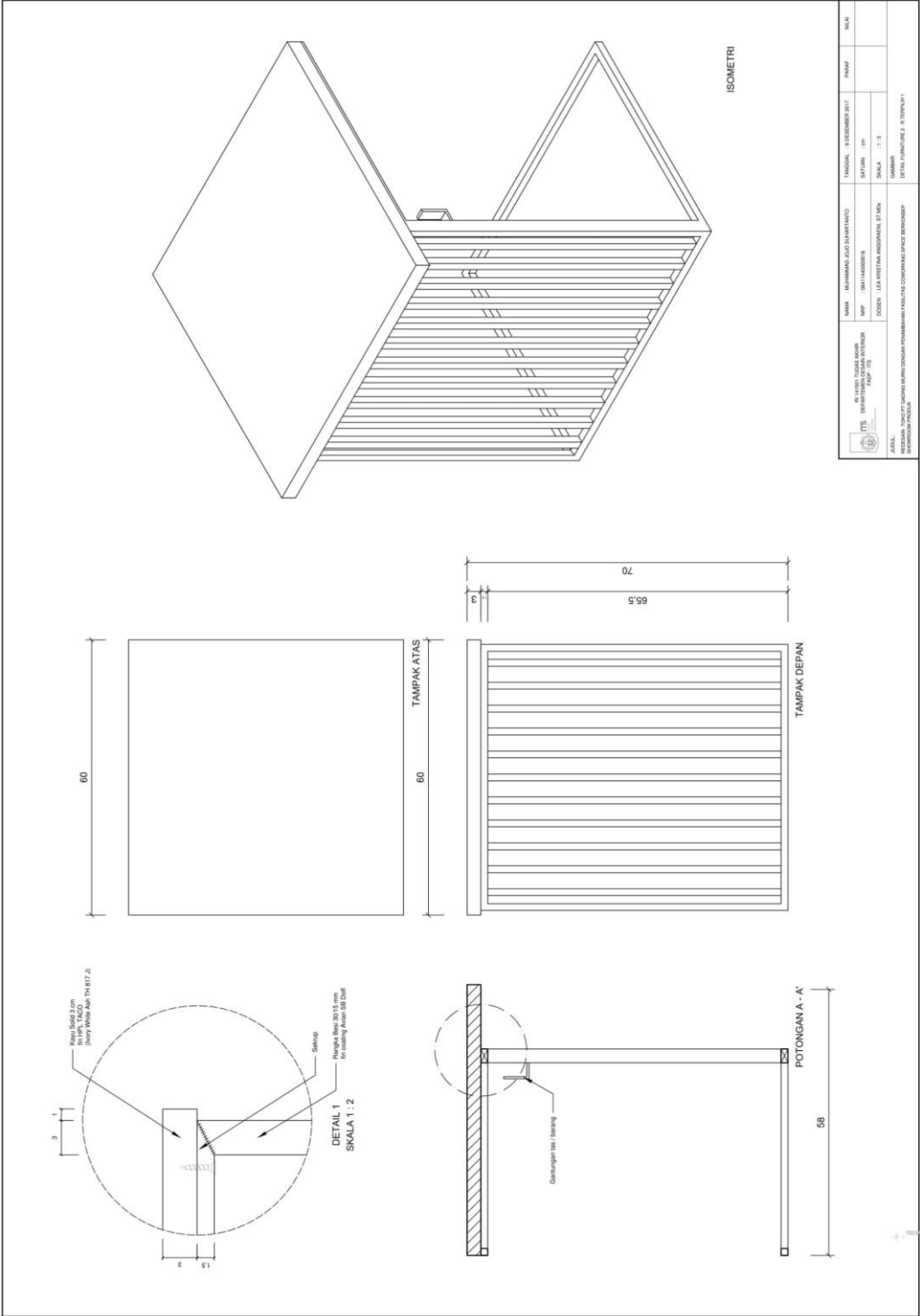
KETERANGAN FURNITURE :

- [illegible]



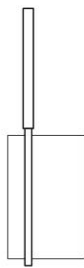
	NAMA	TANGGAL	18 DESEMBER 2017	PAMF	Nilai
 <p>ITS INSTITUT TEKNOLOGI SURABAYA</p>	1416117045 ARAB DEPARTMENT OF INTERIOR FACULTY OF ARCHITECTURE	MPP	0811445000018	SATUAN	000
		Dosen	LEA KRISTINA ANGGRAINI, ST MSN	SKALA	1 : 25
<p>ABJEL</p> <p>MANAS, TUGAS PT GADING MIRNI DENGAN PEMBUAHAN FASILITAS CONTOHING SPACE BERKONSEP INNOVATIVE PRODUK</p>				GABUNG	



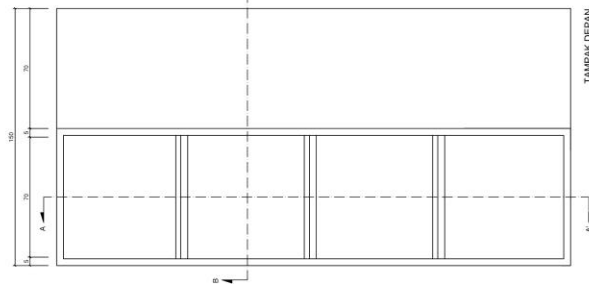


	PT LAMPIK KARYA PERSADA		NAMA ALUMINUM ALAT BAHAN (ALUMINUM)		TANGGAL 18 SEPTEMBER 2017		TAMPAK		RUMAH	
	REKAM KARYA PERSADA		JENIS 100% ALUMINUM		SATUAN cm		1:1			
	REKAM KARYA PERSADA									
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										
REKAM KARYA PERSADA										

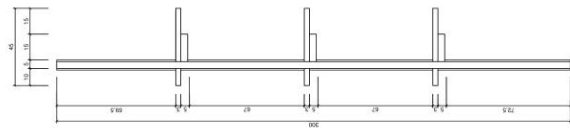
POTONGAN B - B'



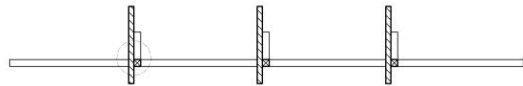
TAMPAK ATAS



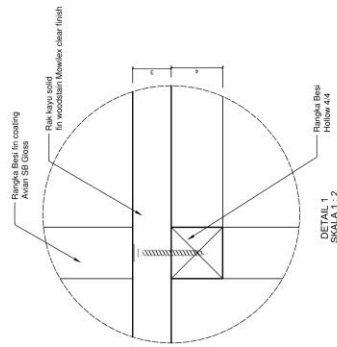
TAMPAK DEPAN



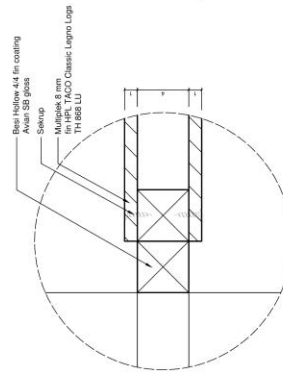
TAMPAK KIRI



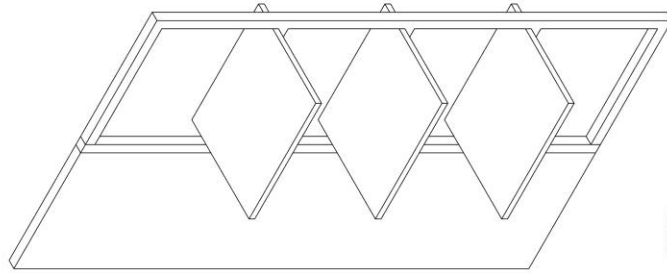
POTONGAN A - A'



DETAIL 1  
SKALA 1:2

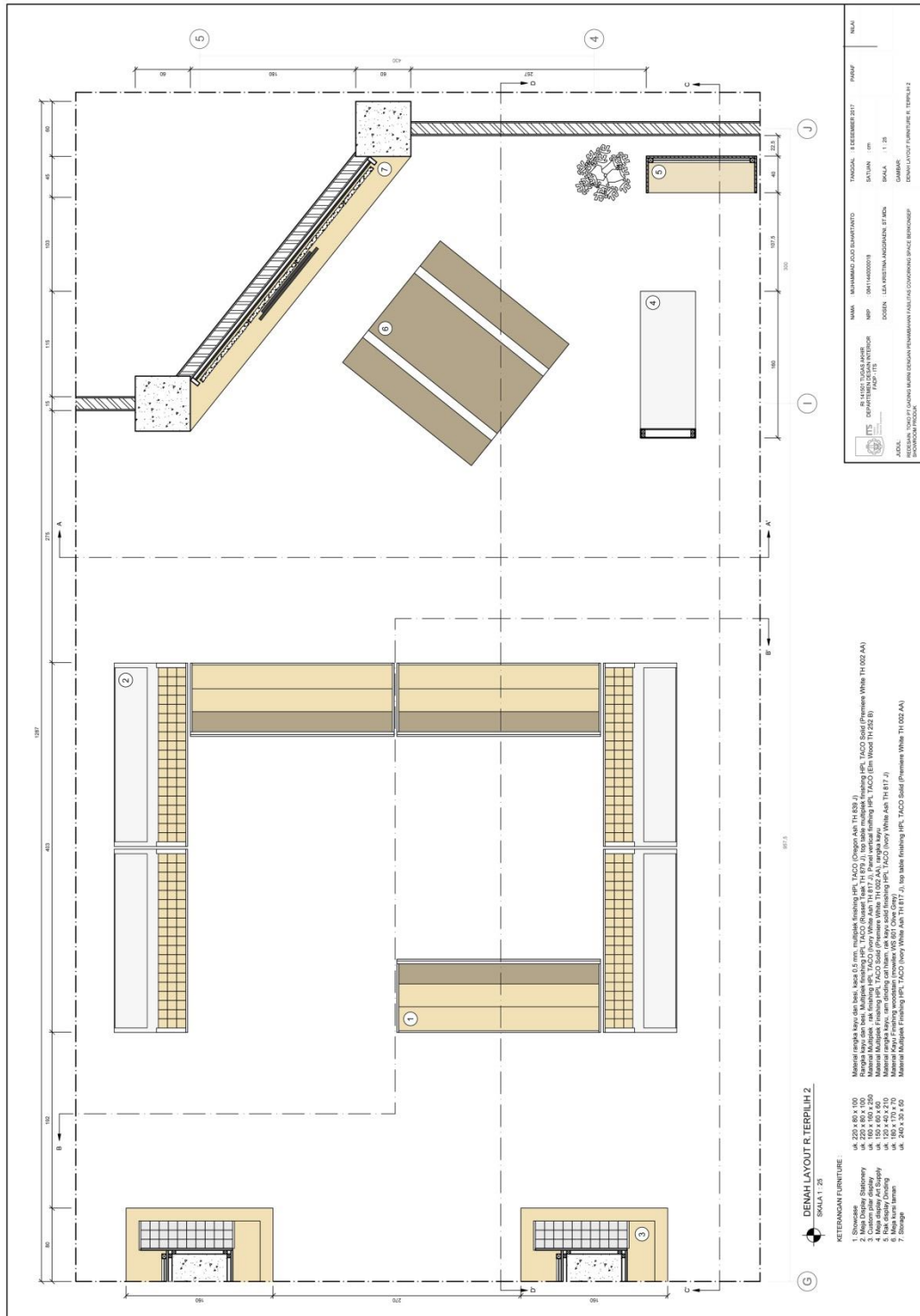


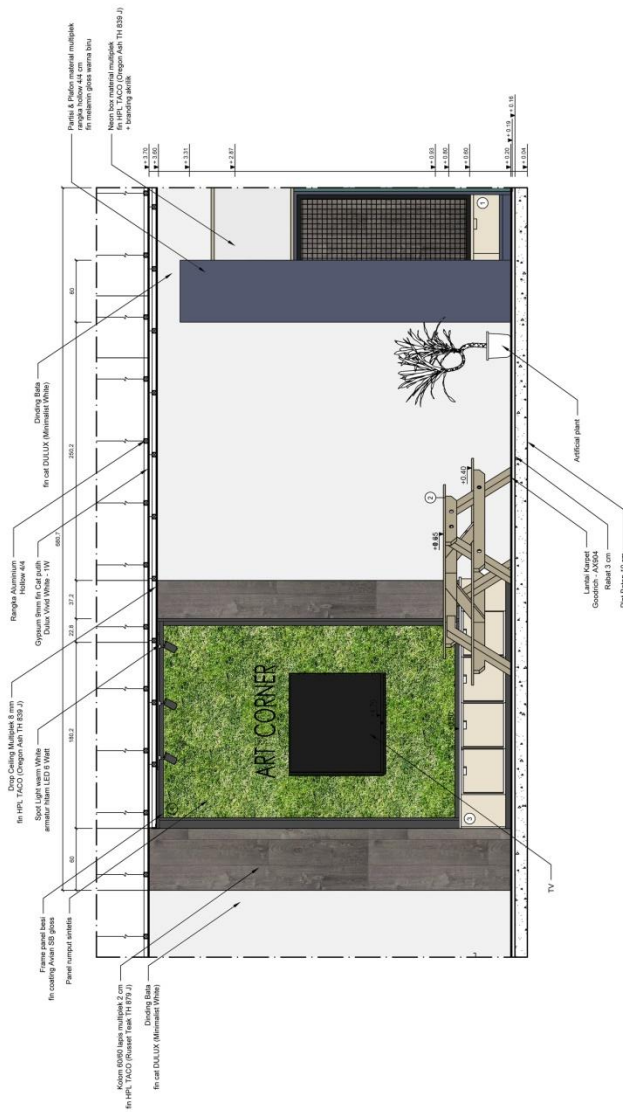
DETAIL 2  
SCALE 1/4" = 1'-0"



ISOMETRI

 <b>ITS</b> INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER <small>Jalan Sepuluh Nopember 371-1, Surabaya 60115</small>	<b>NAMA</b> MUHAMMAD ZULU ELHAFIDZ <b>NIK</b> 98114080018 <b>DOSEN</b> LEA KRISTINA ANGGARAN, ST. MEd		<b>TANGGAL</b> 18 DESEMBER 2017	<b>HALAMAN</b> 1
	<b>WAKTU</b> 1800 <b>SKALA</b> 1 : 15	<b>DAFTAR ISI</b>	<b>DAFTAR ISI</b>	

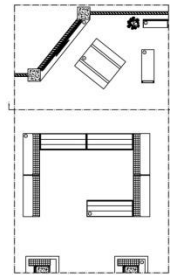




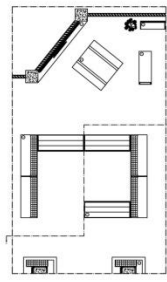
POTONGAN A - A'  
SKALA 1 : 25

- KETERANGAN FURNITURE :
1. Rak display Dinding
  2. Meja kursi taman
  3. Storage
  4. Panel Artificial Vertical Garden

Material maple keys, ram dividing cut H/nm, oak keys solid finishing HPL TACO (Ivory White Ath TH 817 J)  
Material Kayu Finishing woodlamin (moistat WS 601 Olive Grey)  
Material Multiplexed Finishing HPL TACO (Ivory White Ath TH 817 J), top table finishing HPL TACO Solid (Piemonte White TH 002 AA)  
Frame Base 4110 cm in cooling, Avlen Super Black Goats



	NAMA	TANGGAL	18 DESEMBER 2017	PARAF	NILAI
 <b>ITS</b> <small>INSTITUT TEKNOLOGI SURABAYA</small> <b>ITS</b> <small>INSTITUT TEKNOLOGI SURABAYA</small> <b>ITS</b> <small>INSTITUT TEKNOLOGI SURABAYA</small>	IR HADIYU TUGAS AKHIR				
	GEOMETRI DAN KALKULUS INTERIOR				
	FAKULTAS TEKNIK				
	FAKULTAS TEKNIK				
ARIEL	MAHAMUD ZULU BURHANTO				
	NIP. 061140300018				
	DOSEN				
	LEA KRISTINA ANDOGAENI, ET NOK				
	SKALA		1/20		
	GAMBAR				
	POTONGAN		A-R		
	TEMPERATUR				



SKALA 1 : 25

1. Shmeke

4. Meija display Art Supply

## 7. Storage

---

Langka kayu dan besi. Muplek finishing HPL TACO (Russet Teak TH 879 J), top table muplek finishing HPL TACO Solid (Premiere White TH 002 AA)

Material: Kayu Finishing woodstain (mowlex WS 601 Olive Grey)

L


 Twente University  
 Enschede, The Netherlands

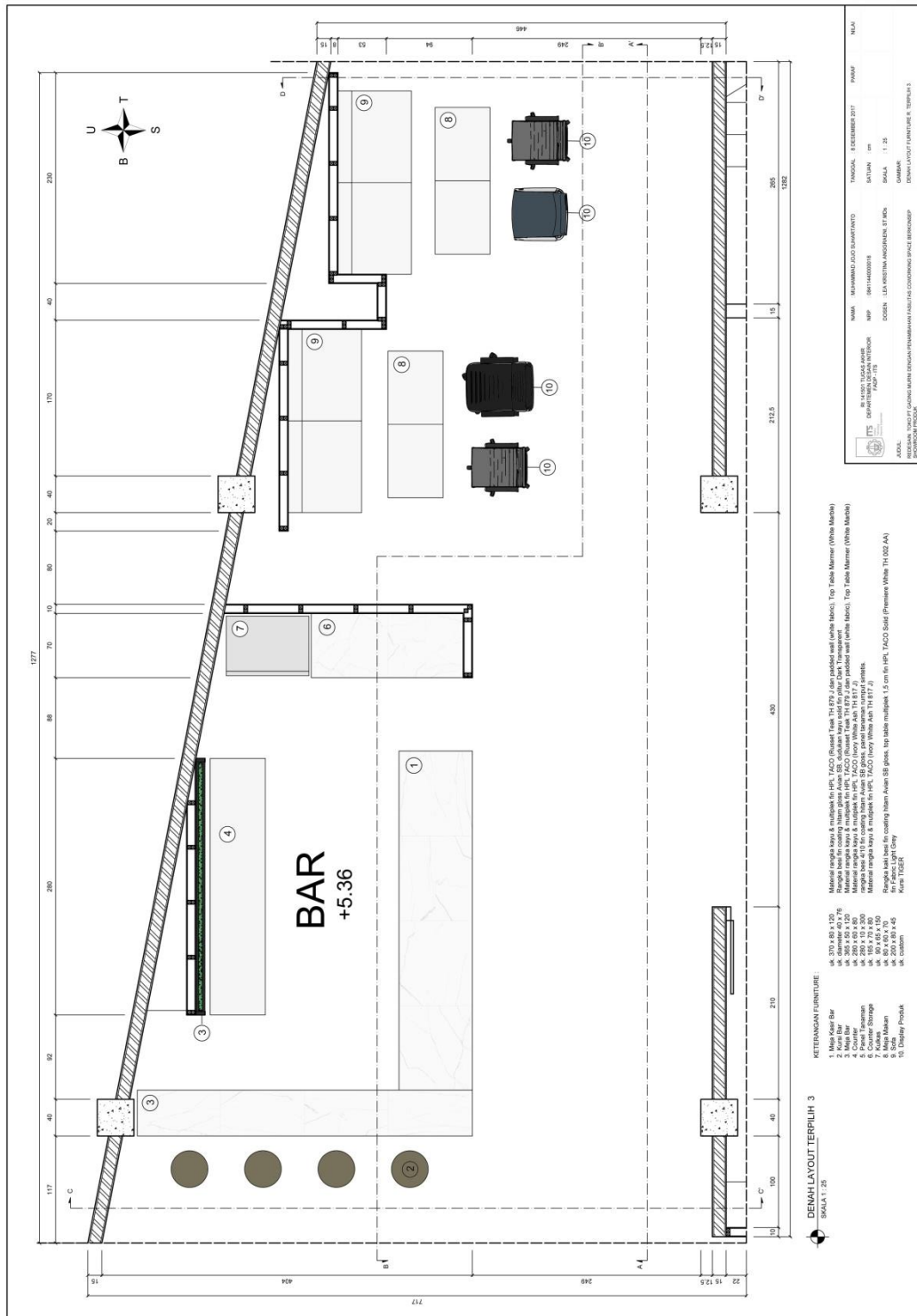
**JUDICIAL**  
REVENUE BOARD OF CALIFORNIA

---

 ITS INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER SURABAYA	R. 11.501 TUJAS ACHIR DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR FAKULTAS FAKULTAS		NAMA	MUHAMMAD JULIO SUHARTONO	IDENTITAS	NPM : 0841144000018 DOSEN : LEA KRISTINA ANGGRAENI, ST, MEd	TANGGAL : 8 DESEMBER 2017 SATUAN : cm SKALA : 1 : 10	NAMA NIM
	JUDUL RESEMIAN TOKO DI DAUHO MUPING DENGAN PEMAHAMAN FABELTAS CHRONOPUS SPACE BERKONSEP DETAIL FURNITURE : 1. DESK 1x12		GAMBAR					



 <b>ITS</b> INSTITUT TEKNOLOGI SURABAYA <small>INDONESIA</small>	RI 15181, TEGAL KAHIR DEWI PUTRI NRP 054114020018	NAMA MUHAMMAD ZULFI HANAFIYATU NRP 054114020018	TANGGAL 18 DESEMBER 2017	NIKAI
	ITS INSTITUT TEKNOLOGI SURABAYA <small>INDONESIA</small>	DOSEN LIA KRISTINA INGOGHINI, ST, MEd GAMBAR DETAIL ELETIS 4 TEMPLUH 2	SATUAN 10m SKALA 1 : 15	PMMP

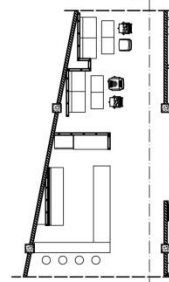


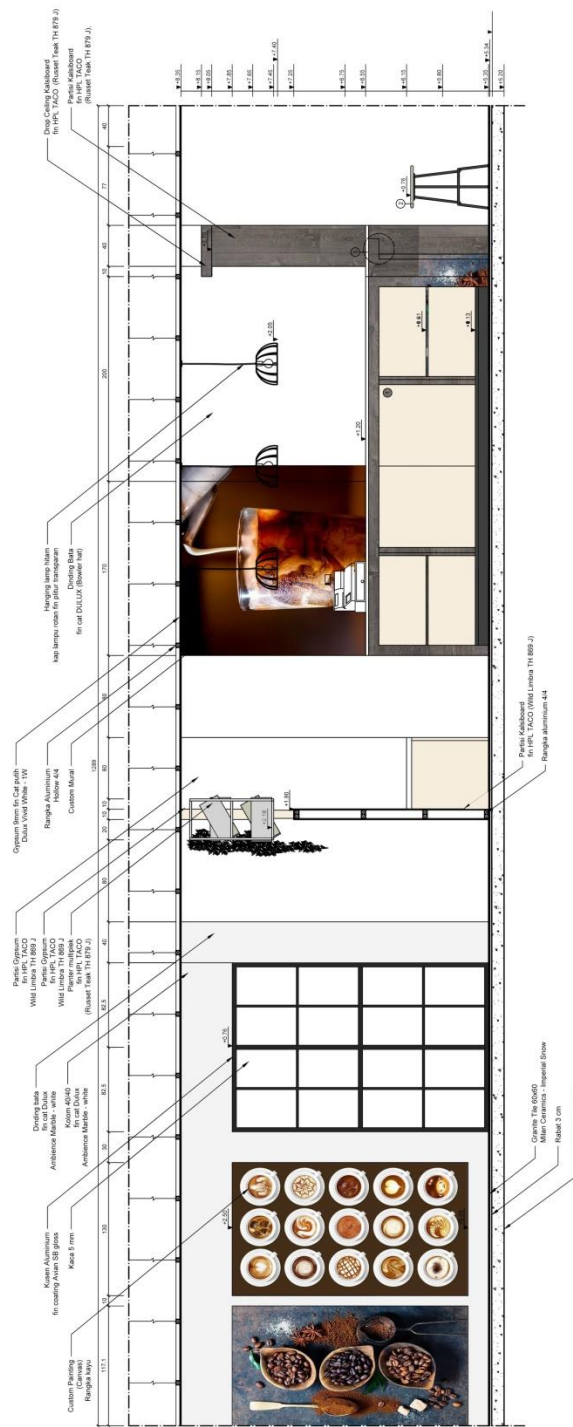


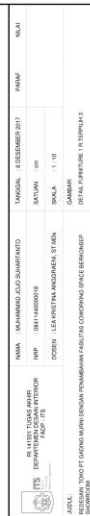


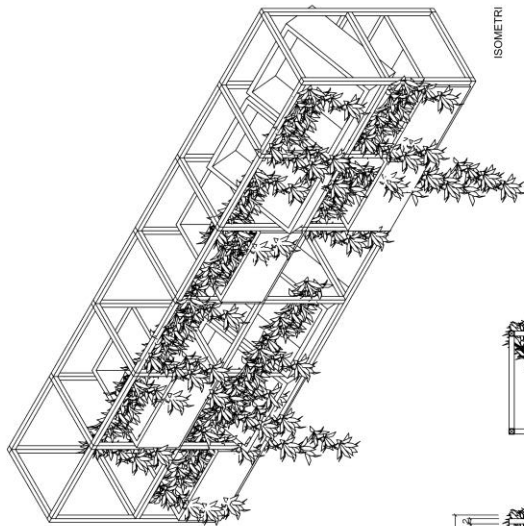
PAUL H. HARRINGTON / UNIVERSITY OF CALIFORNIA

- Materai rangkai kayu & multiplex in HPLC TACO (Russet Teak TH B79 J dan padded sail white fabric), Top Table Manner (White Maple)
- Materai rangkai kayu & multiplex in HPLC TACO (Ivory White AH B87 J dan padded sail white fabric), Top Table Manner (White Marble)
- Materai rangkai kayu & multiplex in HPLC TACO (Russet Teak TH B79 J dan padded sail white fabric), Top Table Manner (White Maple)
- Rangkai kabin ber 6 di coating hitam ABN SB glossy, panel lantai laminasi sunbleed.
- Materai rangkai kayu & multiplex in HPLC Ivory White AH B87 J
- Rangkai kabin ber 6 di coating hitam ABN SB glossy, top table multiplex 1 cm in HPLC TACO Solid (Piemare White TH 002 AA) Kaca tempered 6 mm Clear Grey
- Kaca IGGER

[illegible]







ISOMETRI

 <b>ITS</b> INSTITUT TEKNOLOGI SURABAYA	B 115017 TUGAS SOAL DEPARTEMEN TEKNIK INTERIOR FAKULTAS ITS	NAMA MUHAMMAD AGUS SUKAMARTO NPM 0811400301018 DOSEN LEA KRISTINA ANGGAPALIN, ST.Mkn	TANGGAL 8 DESEMBER 2017 SATURAN SKALA 1 : 10	NILAI
	JAROL BANGUNAN RUMAH TANGGA RUMAH TANGGA	RUMAH TANGGA RUMAH TANGGA	RUMAH TANGGA RUMAH TANGGA	RUMAH TANGGA RUMAH TANGGA

**Lampiran 4 : Rencana Anggaran Biaya**

**AREA KERJA COWORKING SPACE PT. GADING MURNI A.YANI  
SURABAYA**

No	Uraian Pekerjaan	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp.)	Total Harga (Rp.)
<b>I.</b>	<b>Pekerjaan Dinding dan Plafon</b>				
1.	Cat Dinding Dasar (NP Vinilex)	4	galon	110.000	440.000
2.	Cat Plafon (Vinilex)	3	galon	110.000	330.000
3.	Kaca 9mm	10	m <sup>2</sup>	115.000	1.150.000
4.	Bata Tempel Homogen Bevel Putih	4	m	180.000	720.000
5.	Plafon Gypsum Rangka Hollow	50	m <sup>2</sup>	235.000	11.750.000
6.	Drop Ceiling Gypsum fin HPL rangka hollow	12,8	m <sup>2</sup>	535.000	6.848.000
7.	Cat dinding abu	3	galon	110.000	330.000
8.	Cat dinding Biru + cutting stiker	1	galon	110.000	110.000
7.	Dempul tembok	25	kg	33.000	825.000
8.	Kertas gosok	30	lbr	16.000	480.000
Total- I					22.983.000
<b>II.</b>	<b>Pekerjaan Lantai</b>				
1.	Lantai Vinyl 3mm	24	m <sup>2</sup>	150.000	3.600.000

2.	Karpet Rumput Sintetis 10mm	24	m <sup>2</sup>	200.000	4.800.000
3.	Upah Tukang	2	O.H	100.000	200.000
Total- II					8.600.000
<b>III.</b>	<b>Pekerjaan Furniture</b>				
1.	Sofa (Bench)	5	buah	4.230.000	21.150.000
2.	Meja (custom)	5	buah	782.000	3.910.000
3.	Meja Kerja	4	buah	1.967.000	7.868.000
4.	Upah Tukang	2	O.H	100.000	1.400.000
Total- III					34.328.000
<b>IV.</b>	<b>Pemasangan Titik Lampu</b>				
1.	Donwlight LED 9W	15	Titik	150.000	2.250.000
2.	Artificial Light LED 9W	8	Titik	160.000	1.280.000
Total- IV					3.530.000
<b>V.</b>	<b>Pemasangan Saklar dan Listrik</b>				
1.	AC 220W	2	Unit	350.000	700.000
2.	Instalasi Saklar	3	Titik	120.000	360.000
3.	Instalasi Stop Kontak	9	Titik	200.000	1.800.000
Total- V					2.860.000
<b>VI.</b>	<b>Utilitas Penghawaan, Pencahaayaan, &amp; Keamanan</b>				
1.	AC LG Inverter 2PK	2	Unit	6.900.000	13.800.000
2.	Downlight Phillip LED 6' 15W	10	Buah	170.000	1.700.000
3.	Downlight Phillip LED 4' 8W	10	Buah	136.000	1.360.000
4.	CCTV	1	Buah	1.600.000	1.600.000
5.	Fire Sprinkler Head	6	Buah	40.000	240.000
6.	Lampu Gantung	4	Buah	270.000	828.000

7.	LED Strip	6	m	30.000	180.000
8.	Saklar Ganda	3	Buah	25.000	75.000
9.	Stop Kontak	9	Buah	15.000	135.000
Total-VI					19.918.000
<b>VII.</b>	<b>Pekerjaan Partisi</b>				
1.	Gypsum Rangka Hollow	2	buah	4.008.000	8.016.000
2.	Upah tukang	2	O.H	100.000	1.000.000
Total- VII					9.016.000
Total Rencana Anggaran Biaya Area Kerja Coworking PT. Gading Murni A. Yani Surabaya					101.235.000

#### RENCANA ANGGARAN BIAYA Pengerjaan

No	Uraian Pekerjaan	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp.)	Total Jumlah Harga (Rp.)
1.	Mandor	1	O.H	125.000	125.000
2.	Kepala tukang	1	O.H	110.000	110.000
3.	Tukang	7	O.H	105.000	735.000
4.	Pembantu tukang	10	O.H	99.000	990.000
Total Biaya Pengerjaan per Hari					1.960.000

## BIOGRAFI PENULIS



Muhammad Jojo Suhartanto, lahir di Surabaya pada 9 Agustus 1996. Ia adalah putra sulung dari 3 bersaudara. Bertempat tinggal di Perumahan Puri Surya Jaya, Nagoya Grand E4-37 Gedangan, Sidoarjo. Memiliki hobi menggambar, kuliner, bermain game dan berolah raga khususnya basket dan badminton.

Penulis sempat tinggal di Makassar, Sulawesi Selatan selama 10 tahun. Disanalah penulis menyelesaikan Pendidikan TK sampai kelas 4 SD. Barulah penulis pindah ke Surabaya dan menyelesaikan pendidikan tingkat SD dan SMP di sekolah swasta MARGIE. Setelah lulus dari SMP MARGIE, penulis melanjutkan pendidikan SMA di SMA Negeri 2 Surabaya dan akhirnya diterima di Departemen Desain Interior ITS melalui jalur SNMPTN.

Memiliki orang tua yang berlatar belakang bisnis khususnya retail membuat penulis tertarik untuk mengambil objek toko retail sebagai objek perancangan tugas akhir. Ditambah lagi, beberapa toko retail saat ini sedang mengalami tantangan dari arus globalisasi sehingga membuat para pebisnis retail beradaptasi dengan baik.



Penulis memiliki cita-cita untuk menjadi orang yang terampil dan berhasil di bidang industri kreatif, bukan hanya melalui desain interior namun juga bisnis merchandising dan juga digital art. Penulis berharap memiliki bisnis yang bisa memberikan dampak yang besar baik bagi orang banyak, lingkungan maupun dirinya sendiri melalui hobi dan passion yang dimilikinya. Untuk berdiskusi lebih lanjut mengenai tugas akhir ataupun hal yang bersangkutan, penulis sangat terbuka untuk mendapatkan saran dan inovasi baru melalui email, [jojosuhartanto9@gmail.com](mailto:jojosuhartanto9@gmail.com) atau instagram, jojosuhartanto.



**TUGAS AKHIR - RI 141501**

**REDESAIN TOKO RETAIL PT. GADING MURNI SURABAYA  
DENGAN PENAMBAHAN FASILITAS CO-WORKING SPACE  
BERKONSEP SHOWROOM PRODUK**

**MUHAMMAD JOJO SUHARTANTO  
08411440000018**

Dosen Pembimbing  
Lea Kristina Anggraeni, S.T., M.Ds  
NIP 19800720 201504 2 001

Departemen Desain Interior  
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
Surabaya 2018



**TUGAS AKHIR - RI 141501**

**REDESAIN TOKO RETAIL PT. GADING MURNI SURABAYA  
DENGAN PENAMBAHAN FASILITAS CO-WORKING SPACE  
BERKONSEP SHOWROOM PRODUK**

**MUHAMMAD JOJO SUHARTANTO  
08411440000018**

**Dosen Pembimbing  
Lea Kristina Anggraeni, S.T., M.Ds  
NIP 19800720 201504 2 001**

**Departemen Desain Interior  
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
Surabaya 2018**



**FINAL PROJECT - RI 141501**

**REDESIGN OF PT. GADING MURNI SURABAYA RETAIL STORE  
WITH THE ADDITION OF PRODUCT SHOWROOM CONCEPT  
CO-WORKING SPACE**

**MUHAMMAD JOJO SUHARTANTO  
08411440000018**

Supervisor Lecturer  
Lea Kristina Anggraeni, S.T., M.Ds  
NIP 19800720 201504 2 001

Departemen Desain Interior  
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
Surabaya 2018



**LEMBAR PENGESAHAN**

**REDESAIN TOKO RETAIL PT. GADING MURNI SURABAYA DENGAN  
PENAMBAHAN FASILITAS CO-WORKING SPACE BERKONSEP  
SHOWROOM PRODUK**

**TUGAS AKHIR**

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik  
Pada

Departemen Desain Interior  
Fakultas Arsitektur Desain dan Perencanaan  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

**MUHAMMAD JOJO SUHARTANTO**  
**NRP 08411440000018**

Disahkan oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir :



**Lea Kristina Anggraeni, S.T., M.Ds**  
**NIP. 19800720 201504 2 001**

**SURABAYA**  
**AGUSTUS 2018**

# **REDESAIN TOKO RETAIL PT. GADING MURNI SURABAYA DENGAN PENAMBAHAN FASILITAS CO-WORKING SPACE BERKONSEP SHOWROOM PRODUK**

Nama Mahasiswa : Muhammad Jojo Suhartanto  
NRP : 08411440000018  
Dosen Pembimbing : Lea Kristina Anggraeni, ST, MD.s

## **ABSTRAK**

Gelombang penutupan toko-toko ritel di Indonesia mulai tampak jelas dikarenakan isu pelemahan daya beli masyarakat dan persaingan bisnis online (*e-commerce*) yang kian masif. Para pelaku bisnis retail dituntut untuk selalu inovatif agar bisnisnya terus berjalan dan berkembang salah satunya dengan memberikan fasilitas yang dapat mengakomodasi kegiatan yang bersifat “tatap muka” melainkan tidak dapat dilakukan melalui dunia maya. Melihat kondisi bisnis startup yang semakin banyak dan berkembang, coworking space menjadi salah satu alternatif terbaik sebagai fasilitas tambahan. Konsep showroom diterapkan pada fasilitas yang ada sebagai upaya strategi pemasaran perusahaan. Pemilihan konsep urban style diterapkan pada area toko, agar terciptanya kenyamanan dan antusiasme berbelanja dengan tertatanya zoning dan display area. Harapannya, redesain dan penambahan fasilitas pada toko PT. Gading Murni A.Yani Surabaya dengan style urban ini dapat memberikan pengalaman berbelanja baru untuk para pengunjung dan menjadi tren baru bagi pebisnis retail khususnya PT.Gading Murni sendiri dengan meningkatkan nilai jual toko melalui desain interiornya agar dapat menghadapi era globalisasi.

**Kata Kunci : Retail, Online shop, Coworking Space, Urban Style**

# **REDESAIN TOKO RETAIL PT. GADING MURNI SURABAYA DENGAN PENAMBAHAN FASILITAS CO-WORKING SPACE BERKONSEP SHOWROOM PRODUK**

Nama Mahasiswa : Muhammad Jojo Suhartanto  
NRP : 08411440000018  
Dosen Pembimbing : Lea Kristina Anggraeni, ST, MD.s

## **ABSTRAK**

The phase of retail store closure in Indonesia has been clearly visible due to the issue of weaker buying potency in the community and more massive competition of online business. Furthermore, retailers are forced to always be innovative to run and develop their business. One of the ways is by giving facility that can accommodate the activity of “face to face”, in which it cannot be done in virtual world. Seeing the condition of startup business that become more and more developing, coworking space becomes one of the best alternatives in additional facility. The concept of showroom is applied on the provided facility as the company marketing strategy. The choice of urban style concept is also applied in store area to create the shopping convenience and organize area display zoning. Hopefully, the redesign and the addition of the facilities in PT. Gading Murni A.Yani Surabaya store with urban style can provide a new shopping experience for the visitors and become a new trend for retail business, especially PT.Gading Murni itself by increasing the selling point of the shop through its interior design in order to face the globalization era.

**Keywords: Retail, Online shop, Coworking Space, Urban Style**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat kesempatan dan kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir (RI141501) dengan judul **“REDESAIN TOKO RETAIL PT. GADING MURNI SURABAYA DENGAN PENAMBAHAN FASILITAS CO-WORKING SPACE BERKONSEP SHOWROOM PRODUK”** ini. Laporan ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan mata kuliah Tugas Akhir di Departemen Desain Interior, Fakultas Arsitektur Desain dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya.

Banyak pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini. Berkat bantuan, semangat, doa, dan hal-hal pendukung lainnya, penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesempatan, kesehatan, kemampuan untuk melaksanakan dan menyelesaikan Tugas Akhir (RI141501) dengan baik.
2. Orang tua serta saudara kandung penulis yang selalu memberikan semangat dan doanya.
3. Bapak Dr. Mahendra Wardhana, S.T, M.T. selaku Kepala Departemen Desain Interior Institut Teknologi Sepuluh Nopember periode 2015-2019.
4. Ibu Anggra Ayu Rucitra, S.T, M.MT. selaku Dosen Koordinator mata kuliah Tugas Akhir (RI141501).
5. Ibu Lea Kristina Anggraeni, ST, MD.s selaku Dosen Pembimbing penulis pada mata kuliah Tugas Akhir (RI141501) yang selalu sabar membimbing serta membantu penulis dan terus memberikan semangat.
6. Pihak PT. Gading Murni A.Yani Surabaya, yang telah bersedia membantu memberikan informasi terkait objek perancangan penulis.
7. Teman-teman Departemen Desain Interior ITS 2014 yang selalu kompak, semangat dan tidak kenal lelah berjuang bersama dalam menyelesaikan mata kuliah Tugas Akhir (RI141501).
8. Serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam pengerjaan laporan ini yang blum penulis sebutkan di atas, penulis ucapkan terima kasih.



Penulis berharap laporan Tugas Akhir ini dapat menambah wawasan pembaca mengenai kegiatan Perancangan Desain Interior pada toko retail dan coworking space. Penulis menyadari terdapat kekurangan dalam laporan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi perbaikan laporan Tugas Akhir ini untuk kedepannya. Semoga laporan ini dapat bermanfaat dan mudah dimengerti bagi pembaca.

Surabaya, 30 Juli 2018

**MUHAMMAD JOJO SUHARTANTO**

NRP. 08411440000018

